



Situation des entreprises touristiques du Québec

Été 2025

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

Les perspectives économiques s'assombrissent de façon généralisée à cause de l'incertitude associée à la nouvelle politique économique américaine.

Toutefois, ceci ne semble pas, pour l'instant, se répercuter de façon significative sur la situation des entreprises touristiques : leurs attentes se sont légèrement améliorées, leur santé financière ne s'est pas détériorée et leur niveau de confiance n'est que très peu affecté.

Contexte économique

Bien que l'économie québécoise ait enregistré une croissance appréciable au 1^{er} trimestre de 2025, les perspectives économiques ont été assombries par les tarifs douaniers américains et l'incertitude qu'ils entraînent. Les principales institutions financières canadiennes annoncent, en moyenne, une contraction de 0,5 % (taux annualisé) de l'économie canadienne au 2^e trimestre et une stagnation (0 %) au 3^e trimestre.

Après sept baisses consécutives de son taux directeur, la Banque du Canada a décidé de faire une pause lors de ses annonces du 16 avril et du 4 juin parce qu'elle lui était impossible de prévoir avec suffisamment de précision la façon dont l'économie canadienne allait évoluer.

Attentes des entreprises

Malgré ce contexte, les attentes se sont légèrement améliorées par rapport au trimestre précédent.

Celles à l'égard de la demande, des prix de vente et des revenus se sont légèrement améliorées. Toutefois, étant donné qu'elles s'attendent également à une hausse de leurs dépenses d'exploitation, une part plus importante d'entreprises touristiques anticipe une diminution de leur rentabilité.

À l'instar des entreprises des autres secteurs, les entreprises touristiques ne prévoient pas accroître leurs investissements ni le nombre de leurs employés à court terme.

Enjeux du secteur

L'inflation et le recrutement d'employés qualifiés demeurent au cœur des préoccupations des entrepreneurs touristiques. À la question quel est l'obstacle le plus difficile auquel votre entreprise fera face au cours des trois prochains mois, 13 % ont répondu la *Hausse de l'inflation* et 11 % le *Recrutement d'employés qualifiés*.

Les enjeux partagés par le plus grand nombre d'entreprises touristiques sont, toutefois : la

Hausse de l'inflation, le *Recrutement et maintien en poste d'employés qualifiés*, la *Fluctuation de la demande des consommateurs*, la *Capacité à attirer de nouveaux clients ou à maintenir la clientèle actuelle* et la *Pénurie de main-d'œuvre*.

Santé financière des entreprises

La santé financière des entreprises touristiques est demeurée sensiblement la même au cours du dernier trimestre. Que ce soit sur la base des liquidités disponibles ou de la capacité à s'endetter davantage, il n'y a pas de différence significative entre le 1^{er} et le 2^e trimestre.

Confiance des entrepreneurs

Le niveau de confiance des entrepreneurs touristiques s'est légèrement détérioré par rapport au trimestre précédent.

Bien que la différence soit statistiquement non significative, la confiance des entrepreneurs touristiques québécois demeure supérieure à celles des entrepreneurs canadiens.





2 Contexte économique

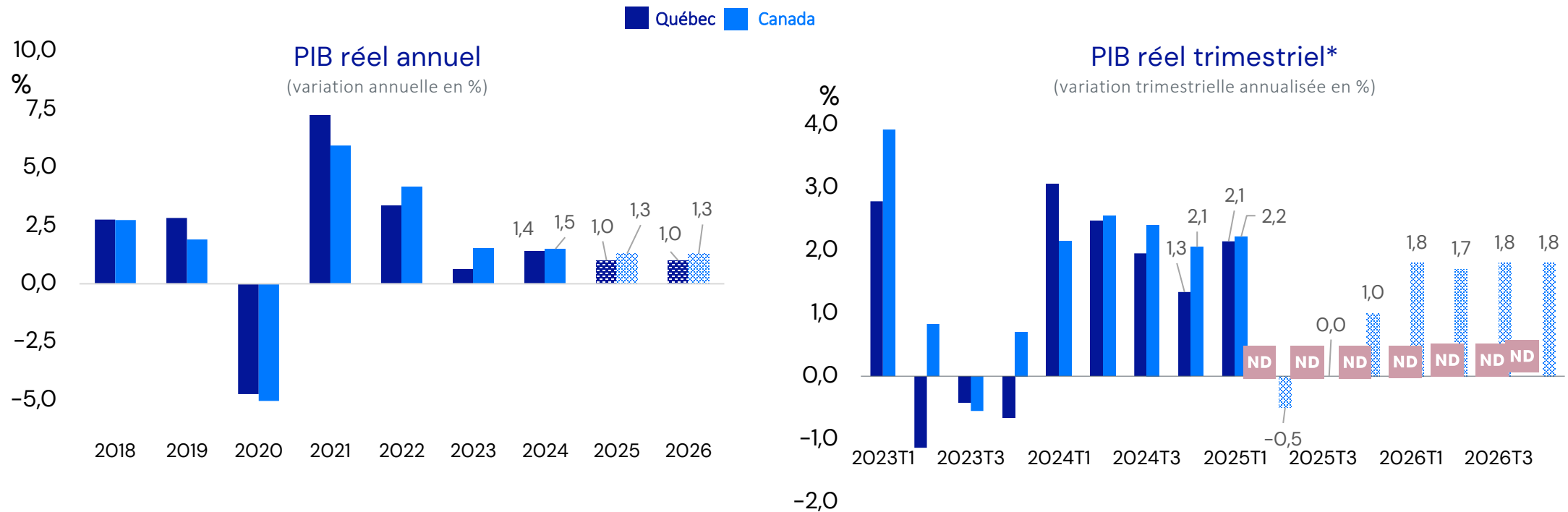
Les perspectives de croissance sont assombries par les tarifs douaniers américains et l'incertitude qu'ils entraînent.

La Banque du Canada a d'ailleurs préféré ne pas changer son taux directeur au cours de ses deux dernières annonces (le 16 avril et le 4 juin) étant donné le niveau d'incertitude exceptionnel.

Croissance économique

Données historiques et moyennes des prévisions des institutions financières (juin 2025)

Malgré le contexte d'incertitude, la croissance de l'économie québécoise s'est raffermie au premier trimestre de 2025, passant de 1,3 % à 2,1 % (taux annualisé). Toutefois, les perspectives de croissance sont plutôt sombres en raison des tarifs douaniers américains et de l'incertitude qu'ils entraînent. En juin 2025, cinq des sept principales institutions financières du Canada anticipaient une contraction de l'économie canadienne au 2^e trimestre et une seule prévoyait une croissance supérieure à 0,5 % (taux annualisé) au 3^e trimestre.



* 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

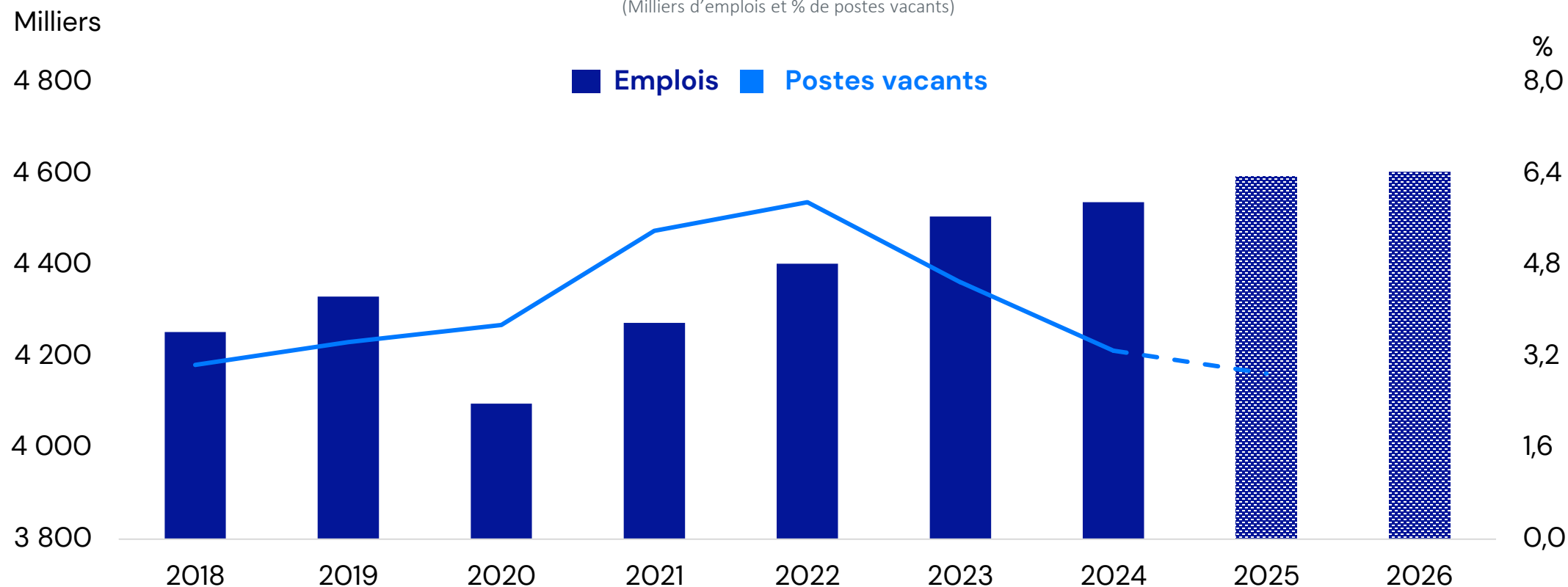


Données historiques et moyennes des prévisions des institutions financières (juin 2025)

L'emploi devrait croître malgré tout en 2025, ajoutant approximativement 220 000 travailleurs au Canada et 56 000 au Québec, selon la moyenne des prévisions des économistes des principales institutions financières canadiennes. Notons, toutefois, que le taux de chômage est appelé à augmenter au cours de cette période. Les économistes anticipent qu'il atteindra 7,0 % au Canada et 6,1 % au Québec en 2025.

Emplois et taux de postes vacants au Québec

(Milliers d'emplois et % de postes vacants)





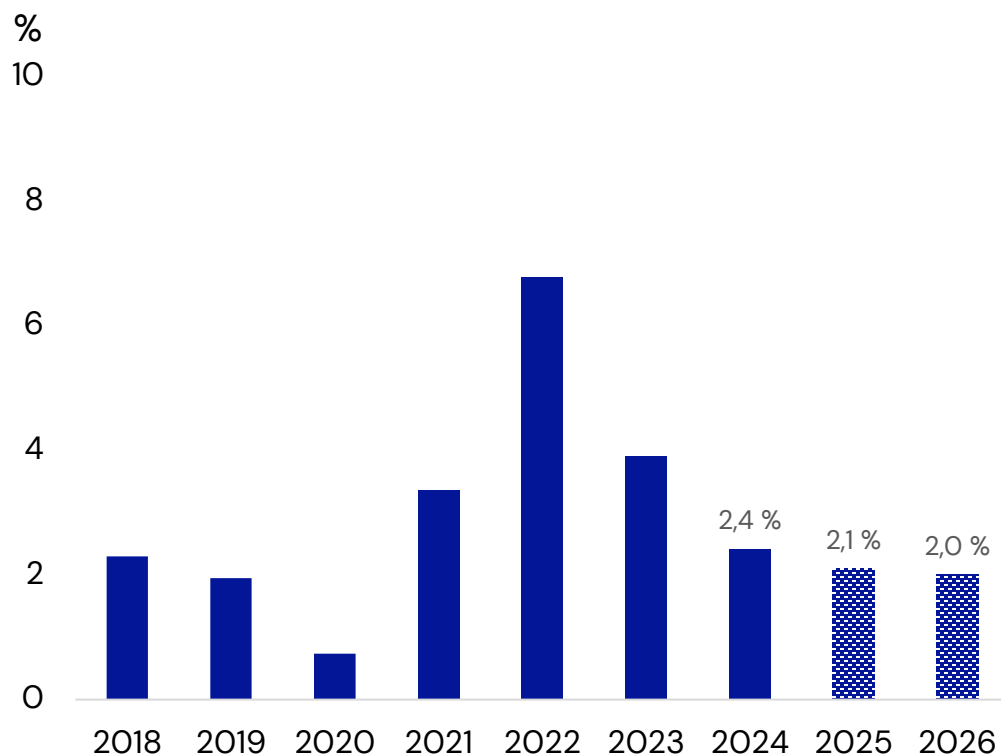
Inflation et taux d'intérêt

Données historiques et moyennes des prévisions des institutions financières (mars 2025)

Les économistes s'attendent à ce que le rythme de croissance de l'indice des prix à la consommation se maintienne à 2,1 % en 2025 et se situe au point médian de 2 % de la fourchette cible de la Banque du Canada (de 1 à 3 %) en 2026. Ils anticipent que la Banque du Canada continuera à diminuer son taux cible de financement à un jour au 3^e trimestres de 2025 et qu'elle le maintiendra ensuite jusqu'à la fin de 2026.

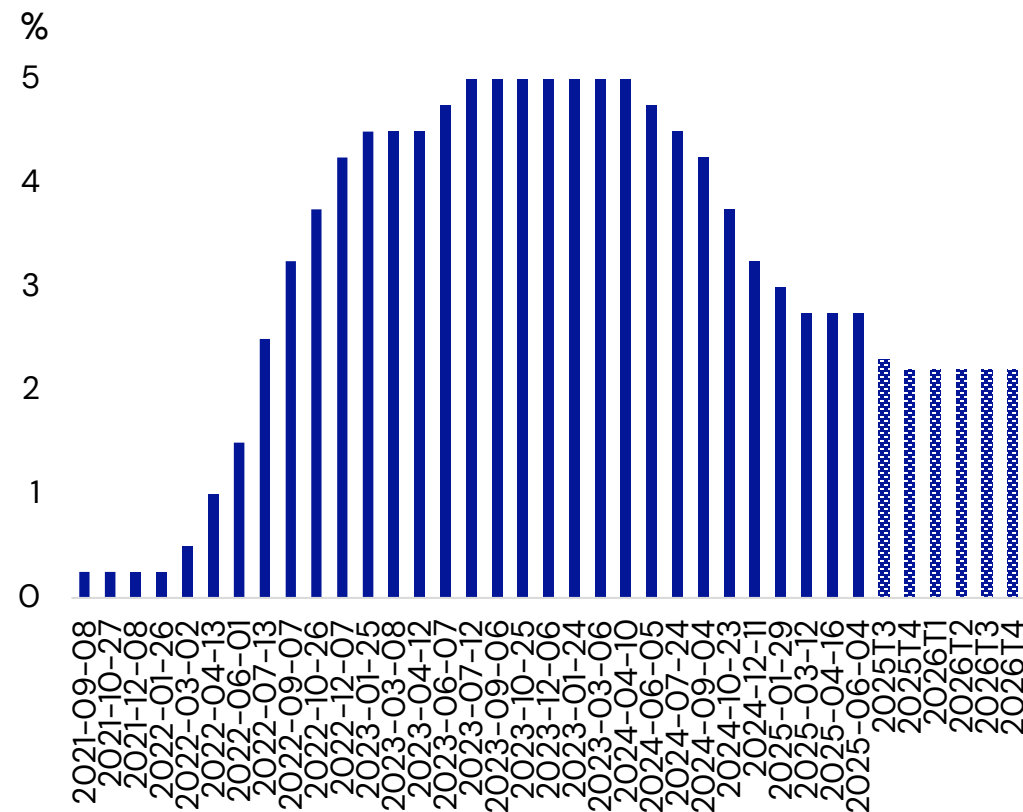
Taux d'inflation

(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 se sont légèrement améliorées par rapport au trimestre précédent.

Celles à l'égard de la demande, des prix de vente et des revenus se sont légèrement améliorées. Toutefois, ceci ne se répercute pas positivement sur la rentabilité des entreprises touristiques puisqu'elles s'attendent à une hausse de leurs dépenses d'exploitation.

À l'instar des entreprises des autres secteurs, les entreprises touristiques ne prévoient pas accroître leurs investissements ni le nombre de leurs employés à court terme.



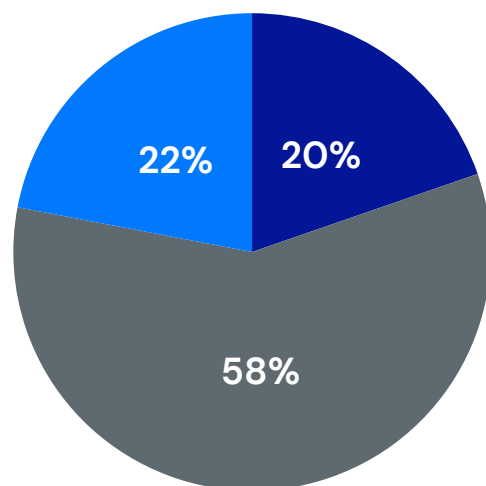
Attentes du secteur touristique du Québec – Demande

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

À l'échelle du secteur touristique, les attentes concernant la demande se sont légèrement améliorées : la part des entrepreneurs qui s'attendent à une augmentation est passée de 15 à 20 %. Cette amélioration est particulièrement importante dans le sous-secteur de l'Hébergement où la part des entreprises qui s'attendent à une augmentation de leur demande est passée de 18 à 49 %.

Attentes du secteur – Demande

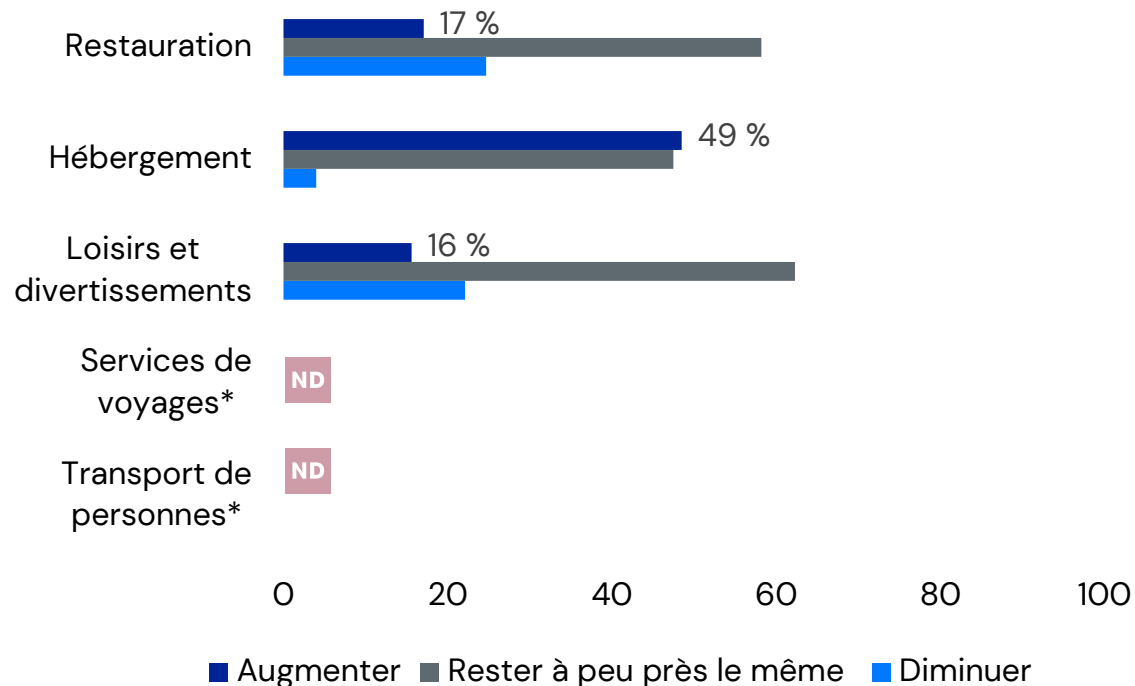
(% des entreprises au 2^e trimestre de 2025)



■ Augmenter ■ Rester à peu près la même ■ Diminuer

Attentes des sous-secteurs – Demande

(% des entreprises au 2^e trimestre de 2025)



■ 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)





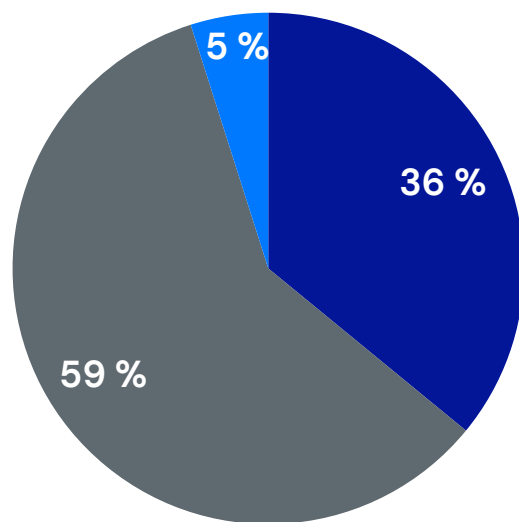
Attentes du secteur touristique du Québec – Prix de vente

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

La proportion des entreprises touristiques qui s'attendent à une augmentation de leurs prix de vente a augmenté légèrement, passant de 31 à 36 %. Cette hausse provient en grande partie du sous-secteur de l'Hébergement où la part des entreprises qui s'attendent à une augmentation de leurs prix de vente est passée de 22 à 42 %. Notons qu'une part plus importante des entreprises du sous-secteur de la Restauration s'attendent également à une hausse des prix (de 28 % à 39 %).

Attentes du secteur – Prix de vente

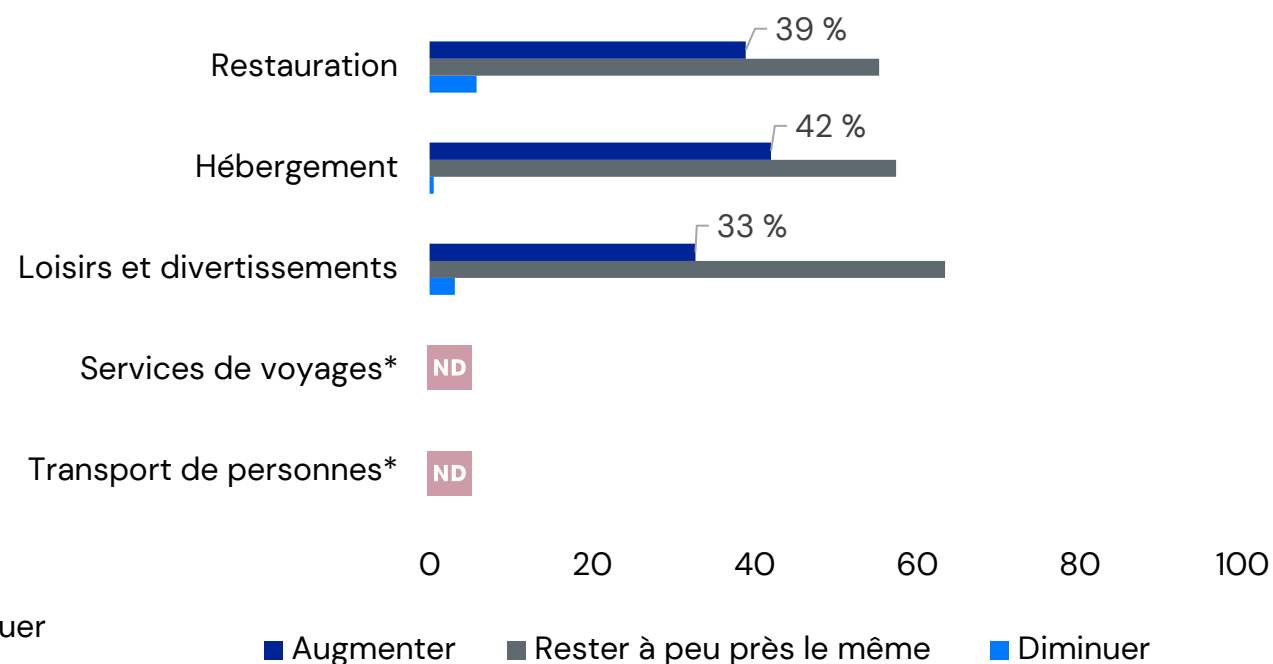
(% des entreprises au 2^e trimestre de 2025)



■ Augmenter ■ Rester à peu près la même ■ Diminuer

Attentes des sous-secteurs – Prix de vente

(% des entreprises au 2^e trimestre de 2025)



* 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)





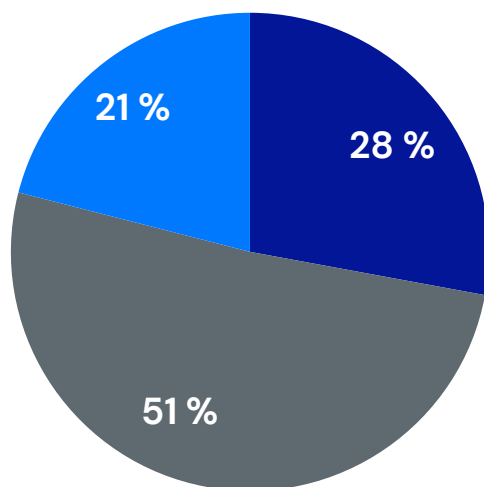
Attentes du secteur touristique du Québec – Revenus

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

La part des entreprises touristiques qui s'attendent à une augmentation de leurs revenus a augmenté, passant de 23 % à 28 %, alors que la part de celles qui s'attendent à une diminution a reculé de 28 à 21 %. Cette légère amélioration des perspectives à l'égard des revenus s'observe particulièrement dans les sous-secteurs de l'Hébergement (la part de ceux qui s'attendent à une hausse est passée de 25 à 34 %) et de la Restauration (de 18 % à 29 %).

Attentes du secteur – Revenus

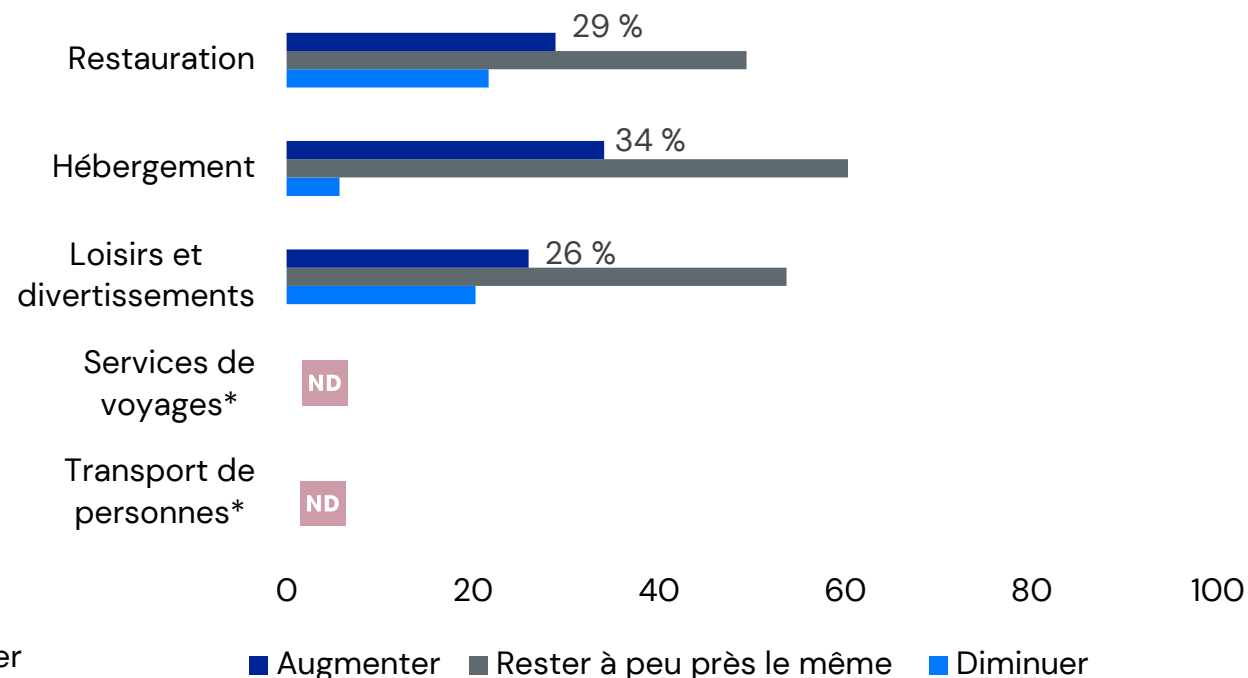
(% des entreprises au 2^e trimestre de 2025)



■ Augmenter ■ Rester à peu près la même ■ Diminuer

Attentes des sous-secteurs – Revenus

(% des entreprises au 2^e trimestre de 2025)



* 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)





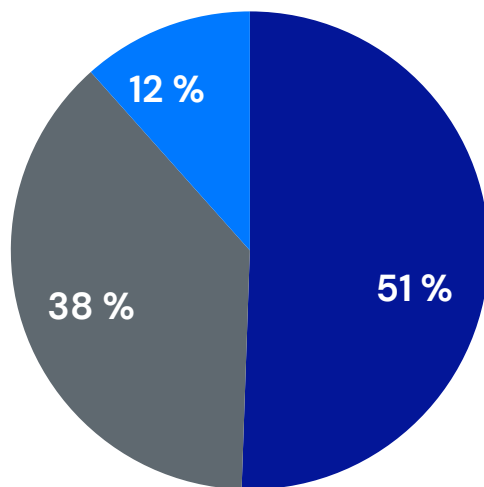
Attentes du secteur touristique du Québec – Dépenses

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

La part des entreprises touristiques qui s'attendent à une hausse de leurs dépenses d'exploitation a augmenté légèrement, passant de 44 à 51 %. Cette augmentation s'observe dans l'ensemble des sous-secteurs : de 45 à 53 % dans la Restauration, de 34 à 46 % dans l'Hébergement et de 39 à 48 % dans les Loisirs et divertissements.

Attentes du secteur – Dépenses

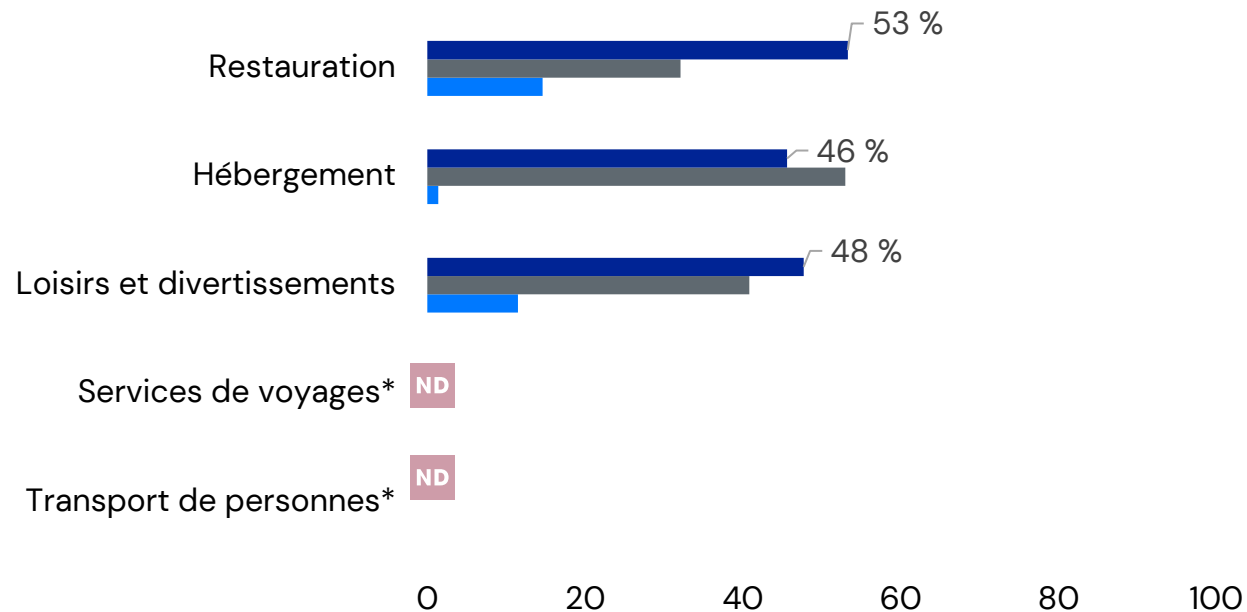
(% des entreprises au 2^e trimestre de 2025)



■ Augmenter ■ Rester à peu près la même ■ Diminuer

Attentes des sous-secteurs – Dépenses

(% des entreprises au 2^e trimestre de 2025)



■ 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)





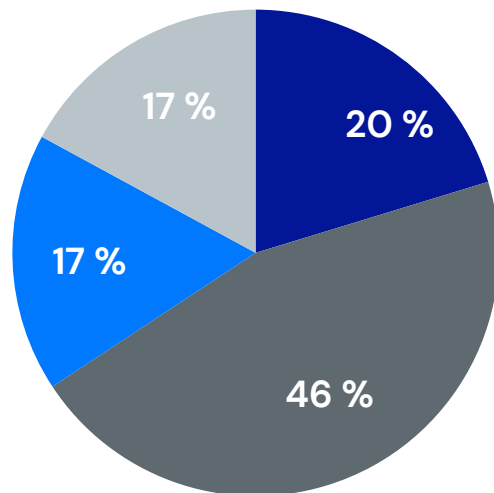
Attentes du secteur touristique du Québec – Investissements

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

Les perspectives en matière d'investissement se sont légèrement détériorées : la part des entreprises touristiques qui prévoient une diminution de leurs dépenses en immobilisation est passée de 5 % à 17 %. Ce recul s'observe plus particulièrement dans le sous-secteur de la Restauration (la part de ceux qui s'attendent à une diminution est passée de 5 à 19 %) et celui des Loisirs et divertissements (de 7 à 17 %).

Attentes du secteur – Dépenses en immobilisation

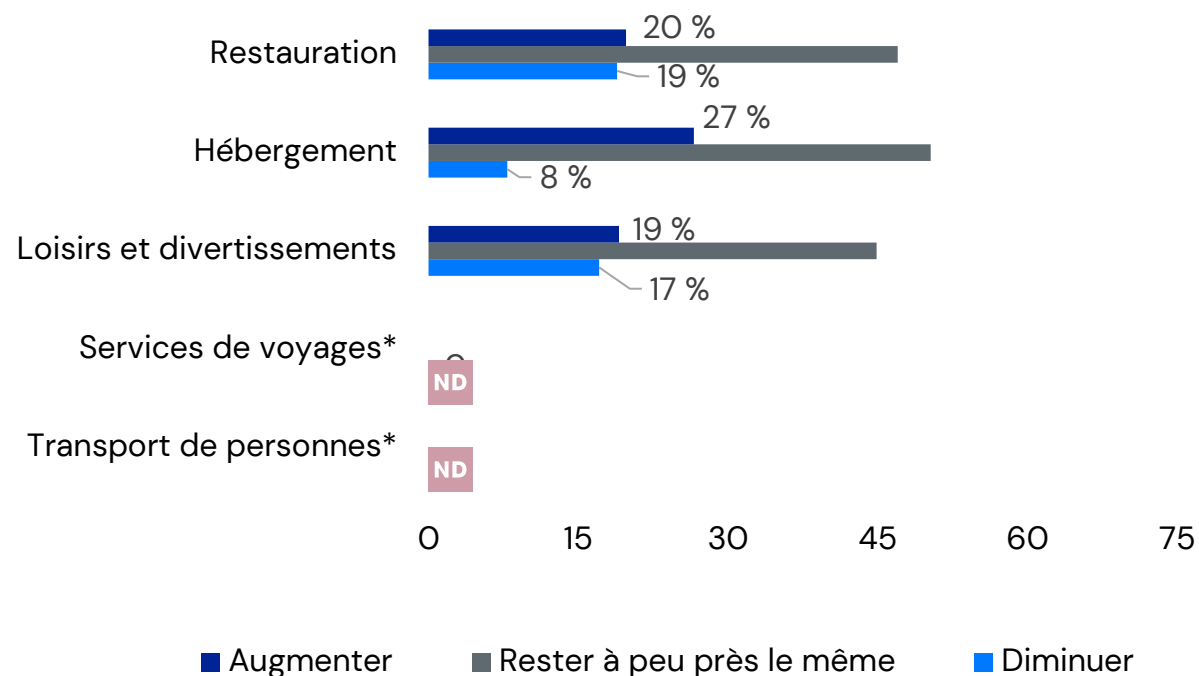
(% des entreprises au 2^e trimestre de 2025)



- Augmenter
- Rester à peu près la même
- Diminuer
- Ne s'applique pas

Attentes des sous-secteurs – Dépenses en immobilisation

(% des entreprises au 2^e trimestre de 2025)



* 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)





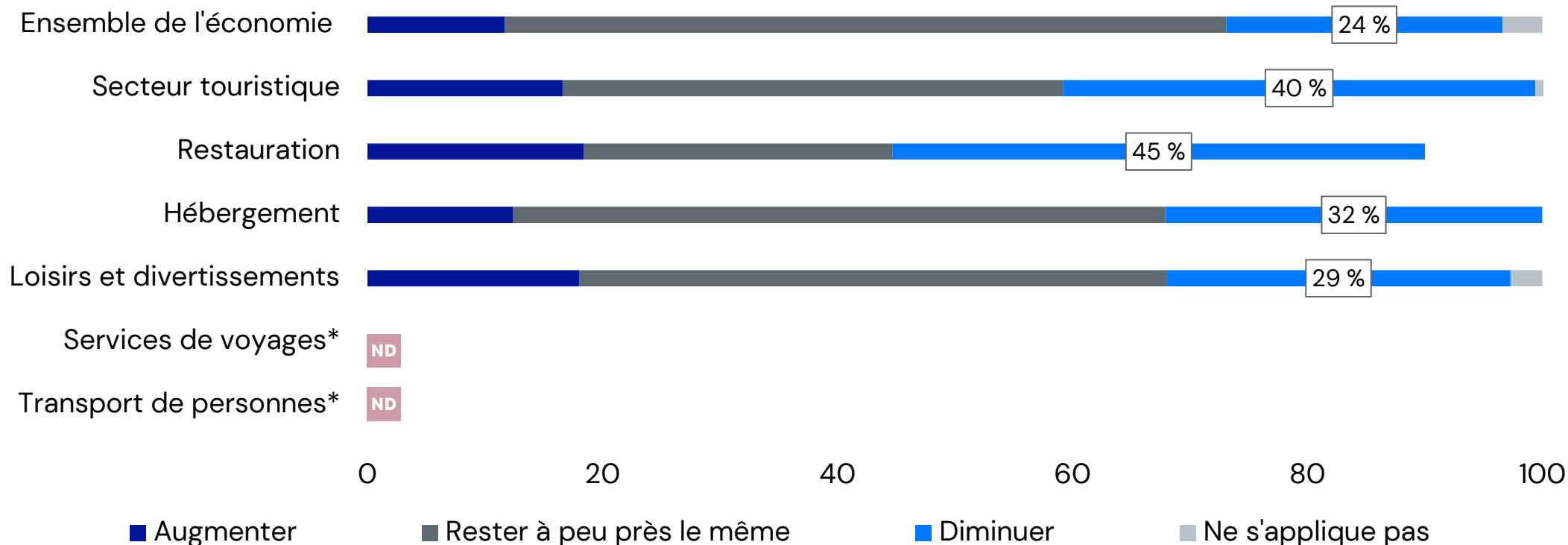
Attentes du secteur touristique du Québec – Rentabilité

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

La part des entreprises qui s'attendent à une détérioration de leur rentabilité est significativement plus importante dans le secteur touristique (40 %) que dans l'ensemble de l'économie (24 %). Cette part a augmenté au cours du dernier trimestre dans les sous-secteurs de la Restauration et de l'Hébergement où elle est passée de 33 à 45 % et de 22 à 32 %, respectivement.

Rentabilité des entreprises et organismes touristiques

(% des entreprises au 2^e trimestre de 2025)



* 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)





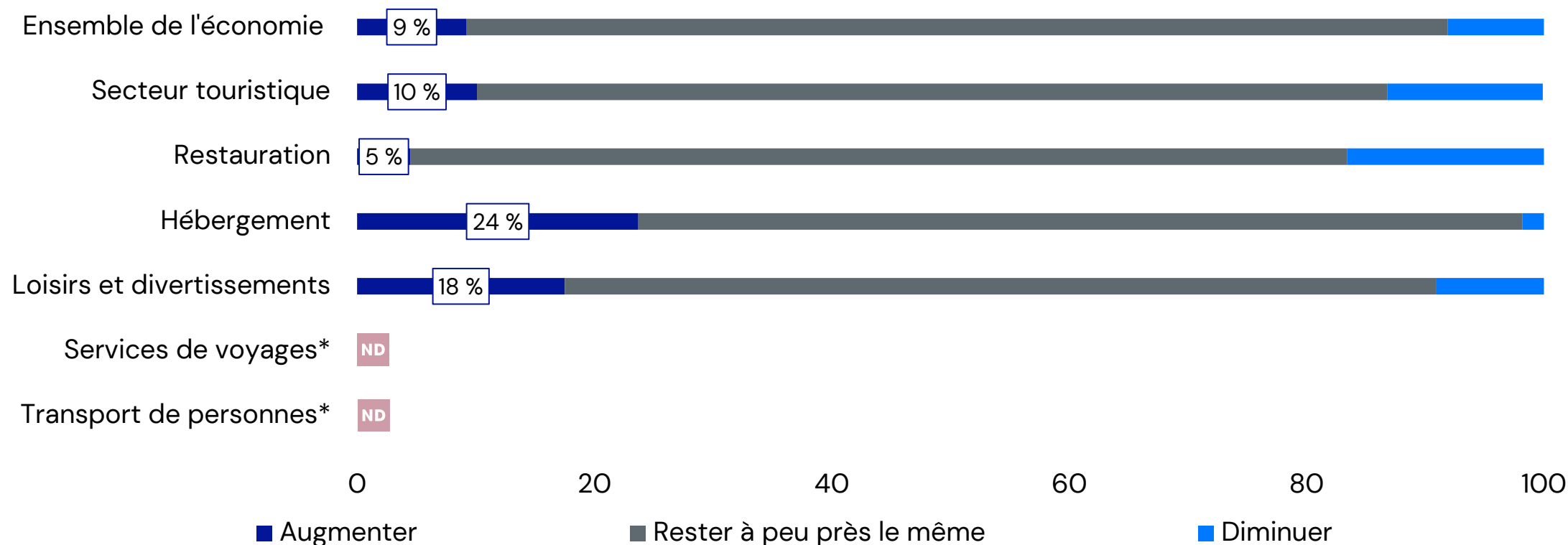
Attentes du secteur touristique du Québec – Nombre d'employés

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

Les attentes à l'égard des effectifs sont demeurées sensiblement les mêmes. Près de huit entreprises touristiques sur dix (77 %) ne prévoient pas de changement majeur dans leur nombre d'employés, 10 % prévoient une augmentation et 13 % une diminution. Notons, toutefois, qu'une part plus importante d'entreprises prévoient embaucher dans les sous-secteurs de l'Hébergement et des Loisirs et divertissement, où la part des entreprises qui prévoient augmenter leur nombre d'employés est passée de 5 à 24 % et de 7 à 18 %, respectivement.

Nombre d'employés des entreprises et organismes touristiques

(% des entreprises au 2^e trimestre de 2025)



* 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)





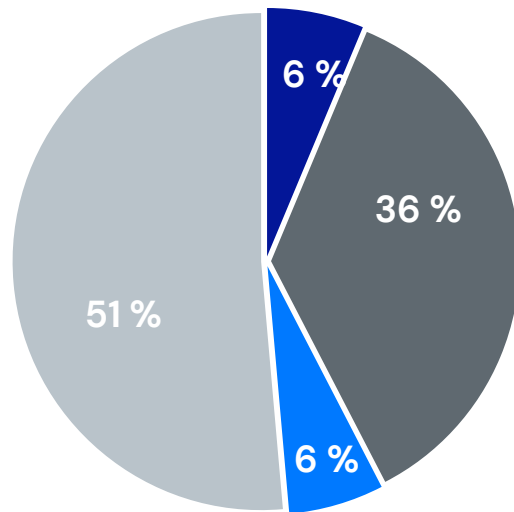
Attentes du secteur touristique du Québec – Postes vacants

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 (51 %) indique que la question sur les postes vacants « ne s'applique pas » à leur situation. Nous en déduisons que la moitié des entreprises touristiques n'ont pas de poste vacant à combler. Il s'agit d'une nette amélioration par rapport à l'été 2024 où une entreprise sur trois (32 %) déclarait que cette question sur les postes vacants « ne s'appliquait pas » à leur situation et à l'été 2023 où une sur quatre (25 %) le déclarait.

Attentes du secteur – Postes vacants

(% des entreprises au 2^e trimestre de 2025)



■ Augmenter

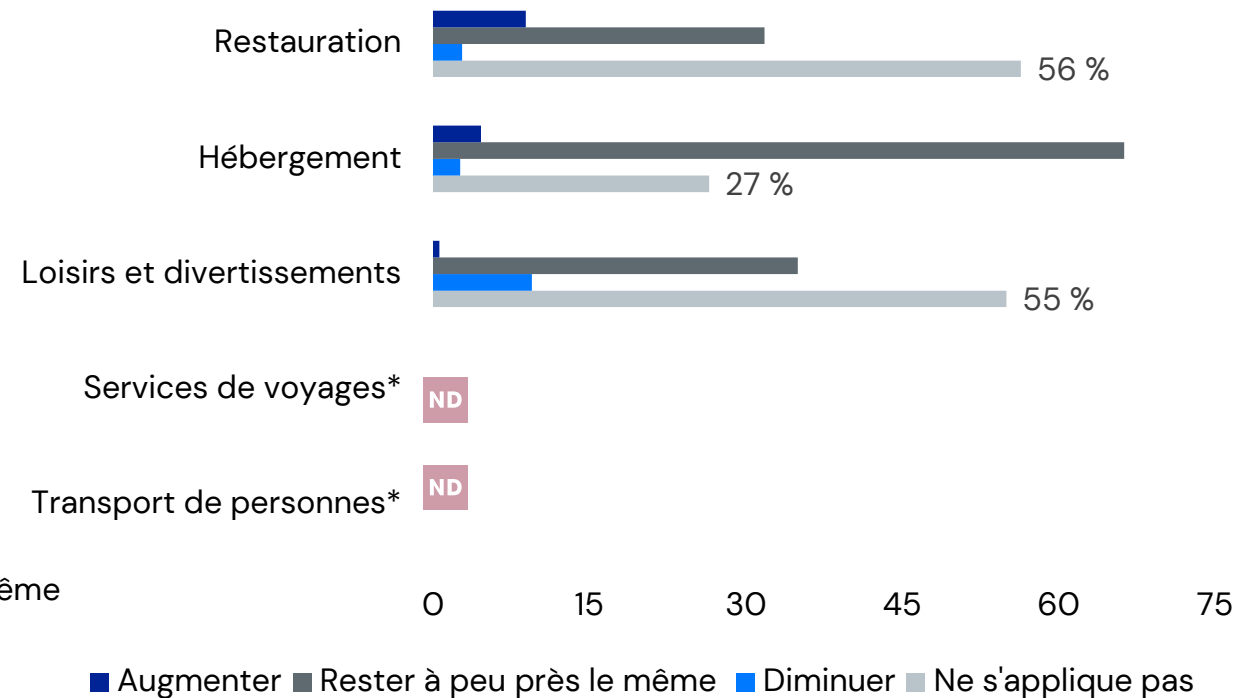
■ Diminuer

■ Rester à peu près la même

■ Ne s'applique pas

Attentes des sous-secteurs – Postes vacants

(% des entreprises au 2^e trimestre de 2025)



* 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)



4 Enjeux du secteur touristique

L'inflation et le recrutement d'employés qualifiés demeurent au cœur des préoccupations des entrepreneurs touristiques. À la question quel est l'obstacle le plus difficile auquel votre entreprise fera face au cours des trois prochains mois, 13 % ont répondu la *Hausse de l'inflation* et 11 % le *Recrutement d'employés qualifiés*.

Les enjeux partagés par le plus grand nombre d'entreprises touristiques sont, toutefois : la *Hausse de l'inflation*, le *Recrutement et maintien en poste d'employés qualifiés*, la *Fluctuation de la demande des consommateurs*, la *Capacité à attirer de nouveaux clients ou à maintenir la clientèle actuelle* et la *Pénurie de main-d'œuvre*.



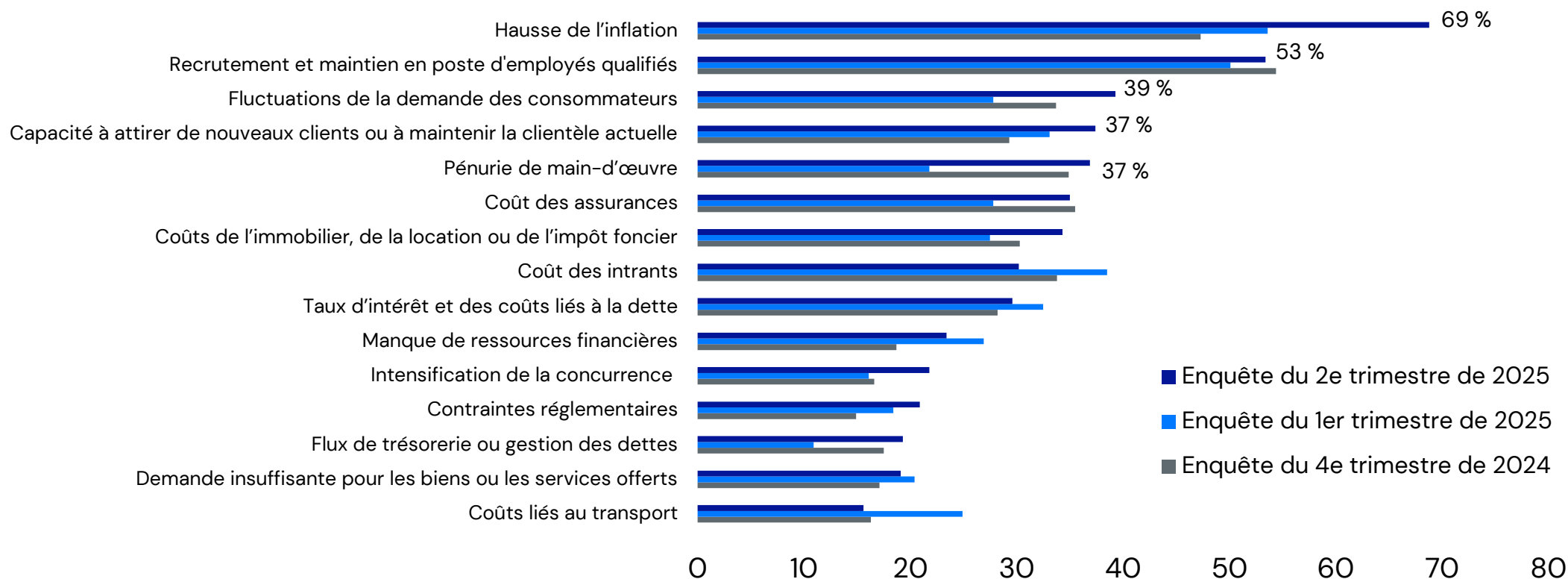
Enjeux du secteur touristique du Québec

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

Les enjeux de la *Hausse de l'inflation* et du *Recrutement et maintien en poste d'employés qualifiés* sont demeurés à la 1^{ère} et 2^e position des enjeux partagés par le plus grand nombre d'entreprises touristiques. L'enjeu de la *Fluctuation de la demande des consommateurs* est passé de la 7^e position (28 %) à la 3^e position (39 %) au cours du dernier trimestre. Connexe à cet enjeu, celui de la *Capacité à attirer de nouveaux clients ou à maintenir la clientèle actuelle* demeure en 4^e position (37 %). Enfin, celui de la *Pénurie de main-d'œuvre* est passé de la 11^e (22 %) à la 5^e (37 %) position au cours du dernier trimestre.

Enjeux des entreprises touristiques

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





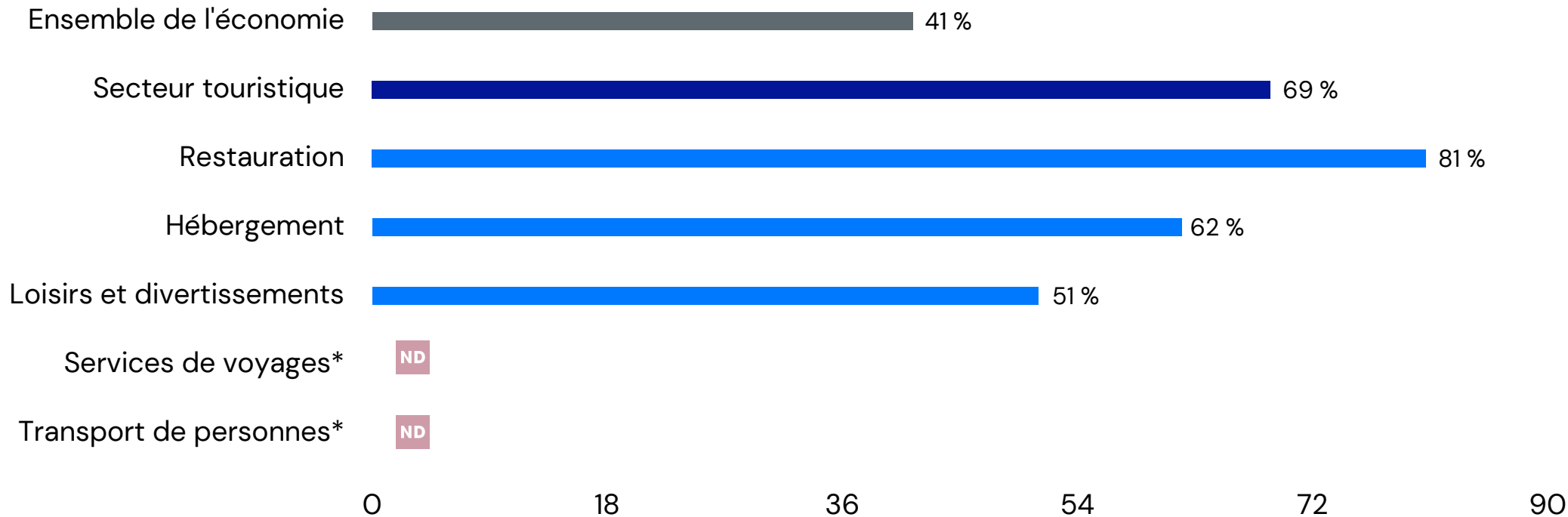
Enjeu # 1 : Hausse de l'inflation

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 en tête des préoccupations des entrepreneurs touristiques. Cet enjeu est particulièrement important dans le sous-secteur de la Restauration où quatre entrepreneurs sur cinq considèrent qu'elle pourrait constituer un obstacle à leurs opérations au cours des trois prochains mois.

Hausse de l'inflation

(% 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)





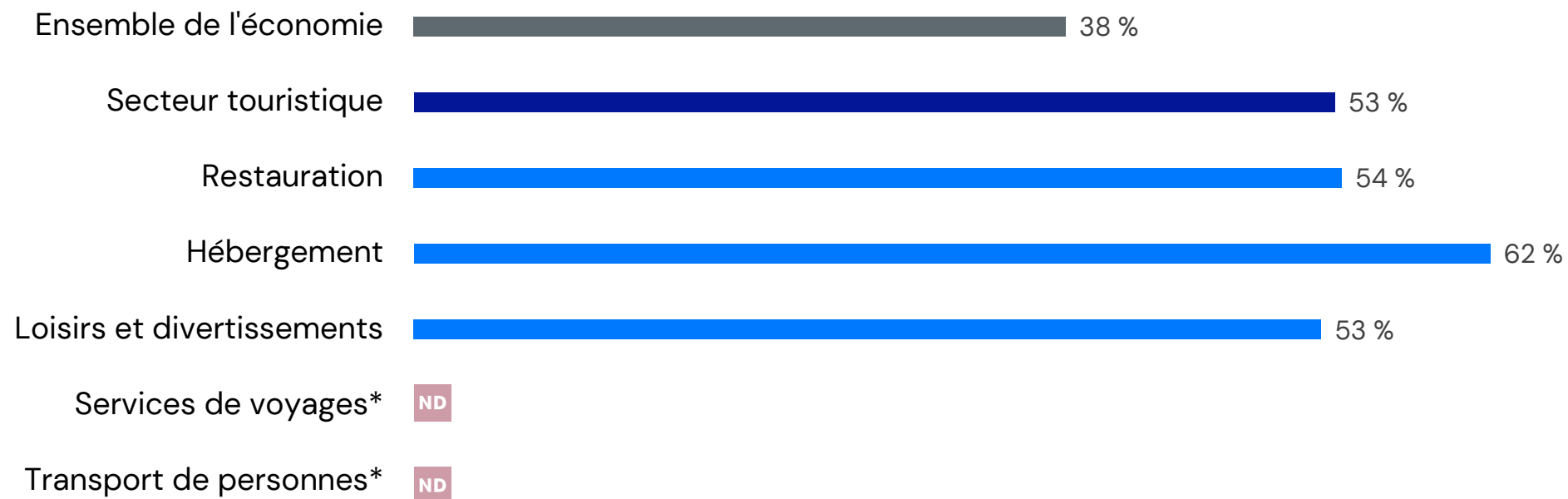
Enjeu # 2: Recrutement et maintien en poste

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 pour plus de la moitié des entreprises touristiques (53 %). À l'exception du 3^e trimestre de 2024, la part des entreprises touristiques qui déclarent qu'il s'agit d'un obstacle est habituellement supérieure ou similaire à celle observée à l'échelle de l'ensemble de l'économie.

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)





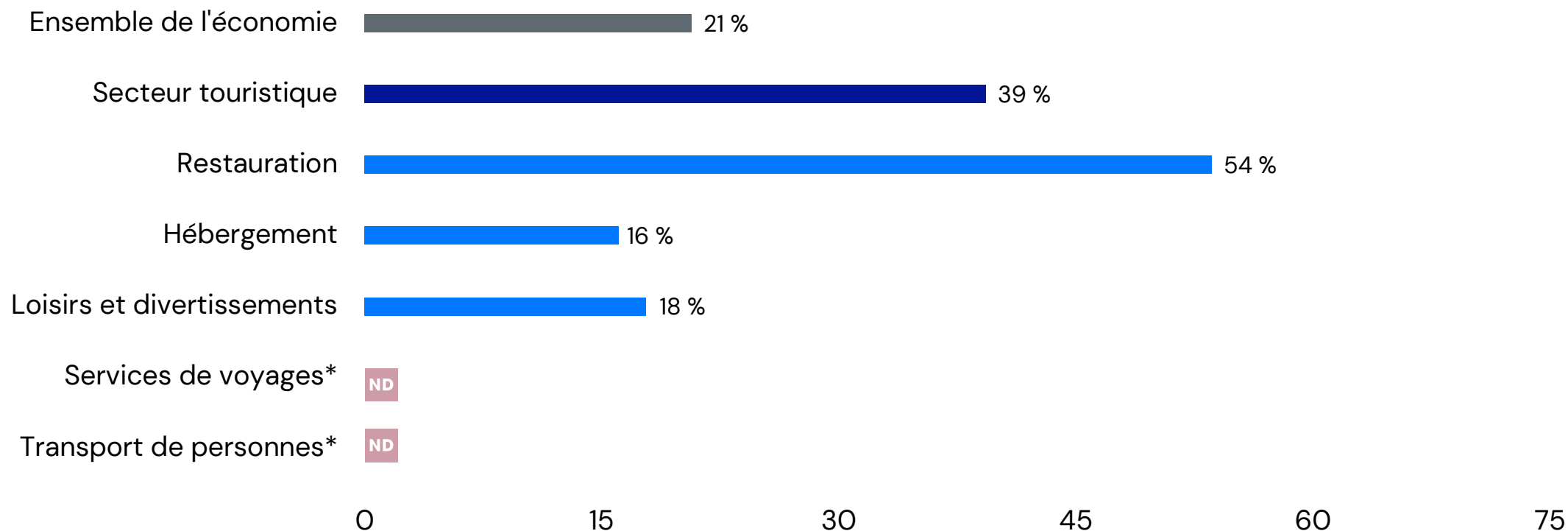
Enjeu # 3: Fluctuations de la demande des consommateurs

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

L'enjeu de la *Fluctuation de la demande des consommateurs* est passé de la 7^e position (28 %) à la 3^e position (39 %) au cours du dernier trimestre, en hausse de quatre positions parmi les obstacles les plus répandus au sein des entreprises touristiques. L'enjeu est particulièrement important dans le sous-secteur de la Restauration où plus d'un entrepreneur sur deux l'identifie comme un obstacle potentiel à leurs opérations.

Fluctuation de la demande des consommateurs

(% 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)





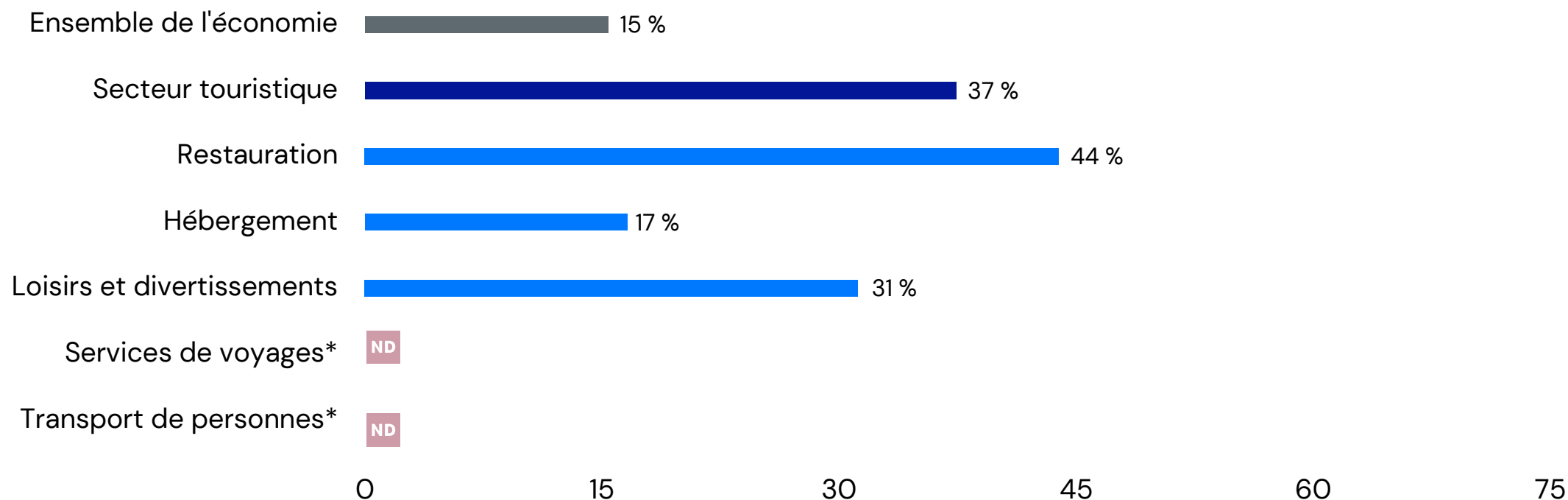
Enjeu # 4 : Attirer de nouveaux clients et maintenir la clientèle actuelle

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

L'enjeu de la *Capacité à attirer de nouveaux clients et à maintenir la clientèle actuelle* s'est maintenu en 4^e position des enjeux les plus partagés par les entreprises touristiques. Plus du tiers des entreprises touristiques (37 %) considère cet enjeu comme un obstacle potentiel à leurs opérations. Il s'agit d'un taux statistiquement supérieur à celui de l'ensemble de l'économie (15 %).

Attirer de nouveaux clients et 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)





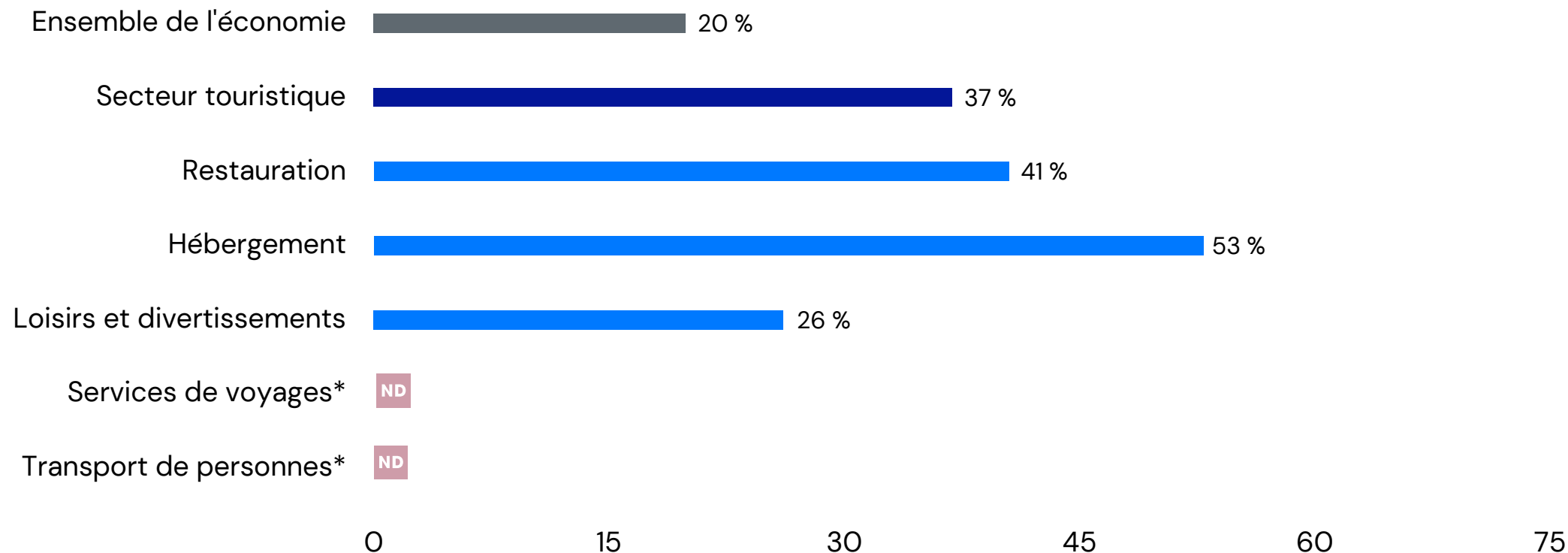
Enjeu # 5: Pénurie de main-d'oeuvre

Au cours des trois prochains mois, les taux d'intérêt et les coûts liés à la dette pourraient-ils constituer un obstacle pour votre entreprise ou organisme?

L'enjeu de la *Pénurie de main-d'œuvre* s'est frayé un chemin parmi le top 5 des obstacles les plus partagés par les entreprises touristiques au 2^e trimestre de 2025. Cet enjeu se situait en 11^e position au trimestre précédent. Plus du tiers des entreprises touristiques (37 %) considère la pénurie de main-d'œuvre comme un obstacle potentiel à leurs opérations. Il s'agit d'un taux statistiquement supérieur à celui de l'ensemble de l'économie (20 %).

Pénurie de main-d'oeuvre

(% 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)





5 Santé financière des entreprises touristiques

La santé financière des entreprises touristiques est demeurée sensiblement la même au cours du dernier trimestre. Que ce soit sur la base des liquidités disponibles ou de la capacité à s'endetter davantage, il n'y a pas de différence statistiquement significative entre le 1^{er} et le 2^e trimestre.



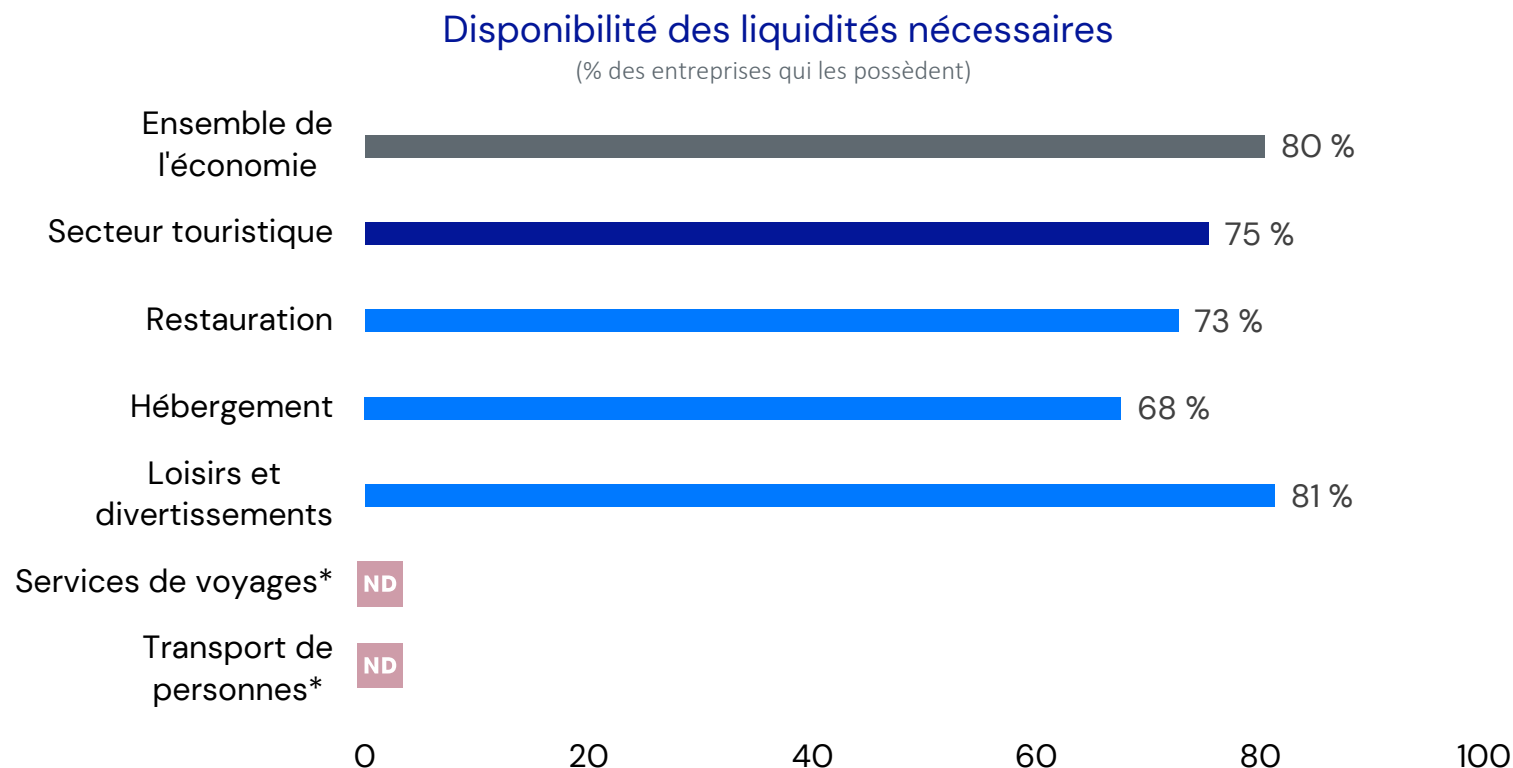
Santé financière du secteur touristique du Québec – Liquidités

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 ?

La part des entreprises touristiques qui déclarent avoir les liquidités nécessaires à leurs opérations au cours des trois prochains mois a peu changé, passant de 73 à 75 %. De même, la part de celles qui déclarent ne pas être en mesure d'obtenir ces liquidités a augmenté de nouveau, passant de 4 à 6 %. Rappelons que cette part avait bondi au 1^{er} trimestre de 0,6 à 3,9 %.

6,0 % des entreprises et organismes du secteur touristique du Québec ne seront pas en mesure d'obtenir les liquidités nécessaires.

2,7 % 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)

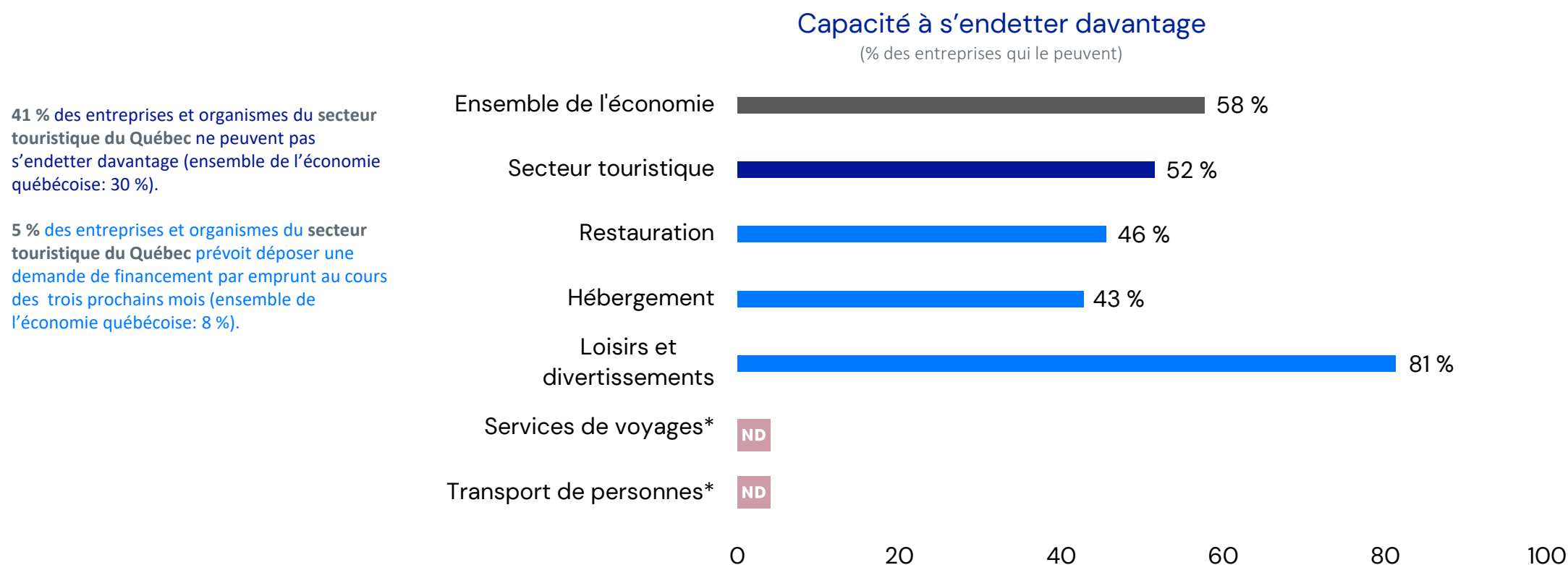




Santé financière du secteur touristique du Québec – Capacité à s'endetter

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?

La capacité à s'endetter des entreprises du secteur touristique est comparable à celle de l'ensemble des secteurs. Une entreprise touristique sur deux (52 %) est en mesure d'augmenter ses emprunts comparativement à 58 % tous secteurs confondus. De même, plus du tiers des entreprises touristiques (41 %) ne peut pas augmenter ses emprunts, ce qui est comparable à la part des entreprises dans cette situation dans l'ensemble de l'économie (non statistiquement différent à 30 %).



*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)





6 Confiance des entrepreneurs touristiques

Le niveau de confiance des entrepreneurs touristiques du Québec s'est légèrement détérioré par rapport au trimestre précédent.

Bien que la différence soit statistiquement non significative, la confiance des entrepreneurs québécois semble supérieure à celles des entrepreneurs canadiens.



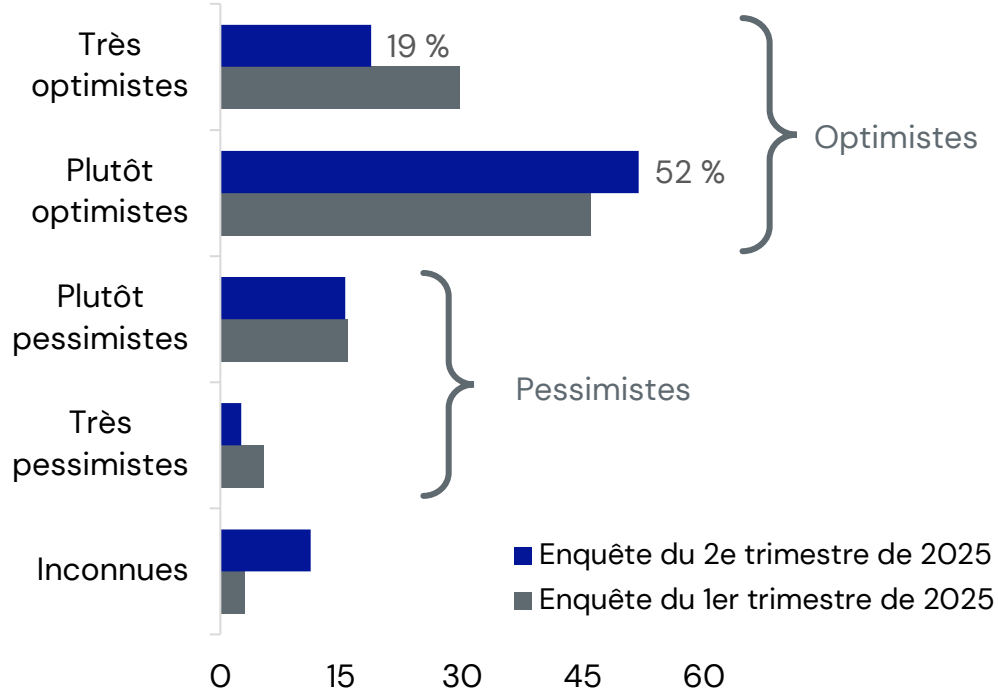
Confiance des entrepreneurs touristiques – Secteur

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 (71%) s'est légèrement détérioré par rapport au trimestre précédent (76 %). Ce niveau semble supérieur à celui observé à l'échelle du Canada (60 %) bien que cette différence soit dans la marge d'erreur.

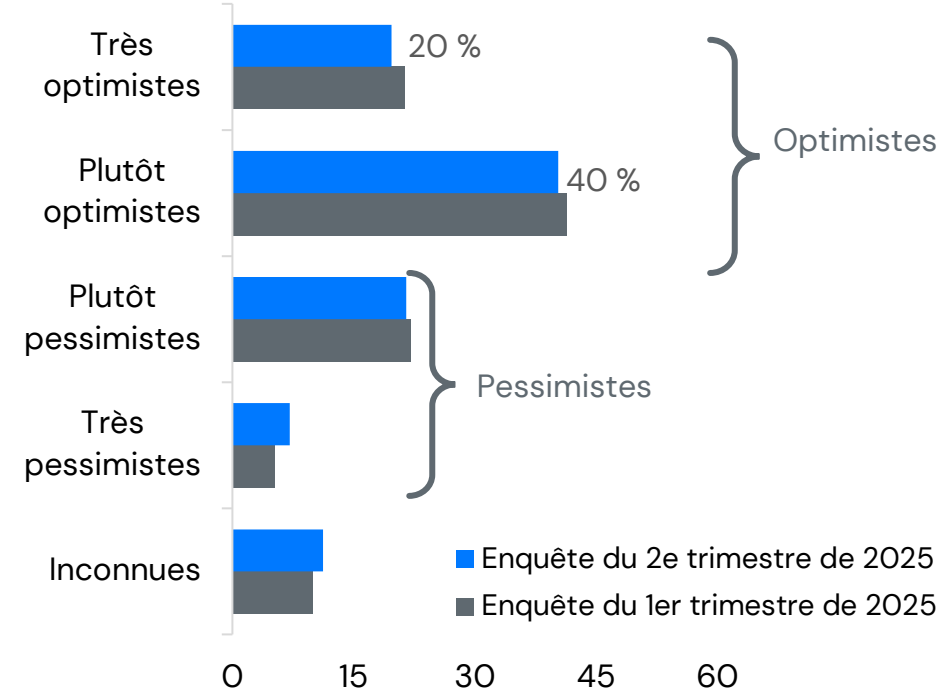
Perspectives d'avenir – Québec

(% des entreprises au 1^{er} trimestre de 2025 et au 2^e trimestre 2025)



Perspectives d'avenir – Canada

(% des entreprises au 1^{er} trimestre de 2025 et au 2^e trimestre 2025)





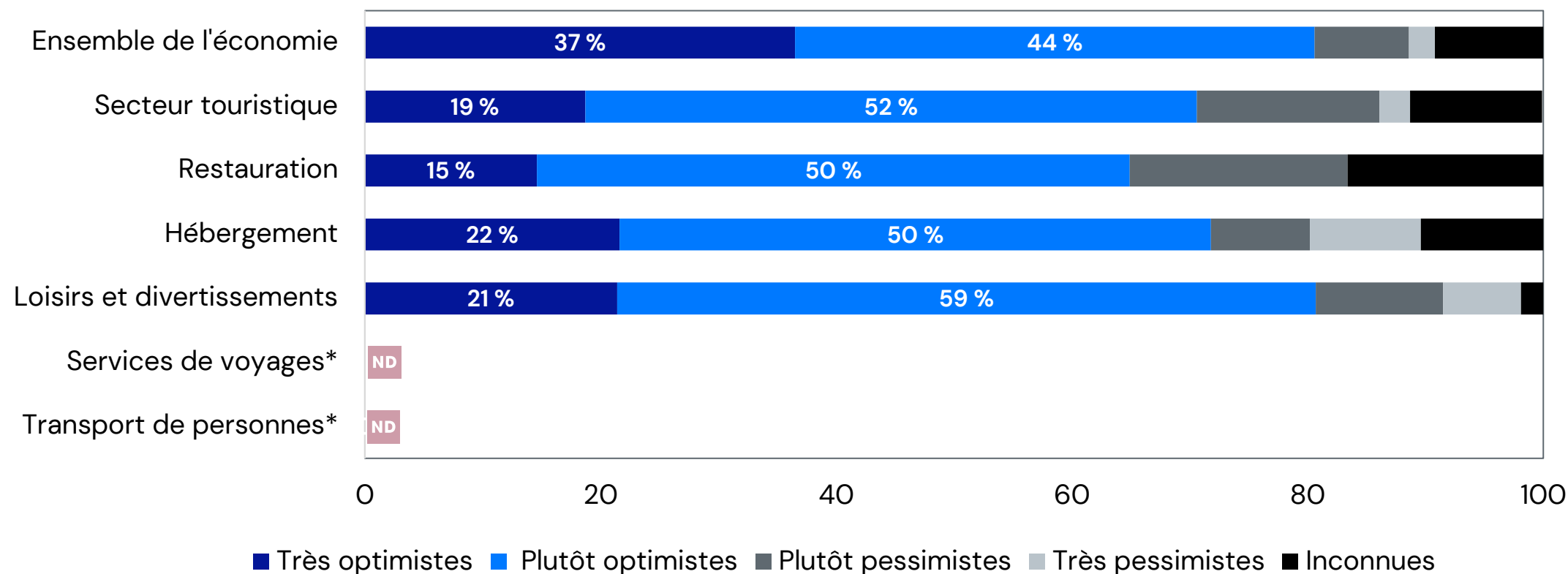
Confiance des entrepreneurs touristiques – Sous-secteurs

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

Le niveau d'optimisme s'est légèrement détérioré dans le secteur touristique du Québec, passant de 76 à 71 %, alors qu'il s'est maintenu à l'échelle de l'ensemble de l'économie (80 à 81 %).

Perspectives d'avenir des entreprises touristiques du Québec

(% des entreprises au 2^e trimestre de 2025)



* 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@alliancetouristique.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, deuxième trimestre de 2025

Les données les plus récentes de l'ECSE ont été colligées auprès de représentants d'entreprises de partout au Canada entre le 1^{er} avril et le 5 mai 2025.

Les résultats de cette enquête sont basés sur les réponses 9 103 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 1 594 répondants à l'échelle du Canada et de 234 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 désaisonnalisé](#)
- ❖ 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

