



Situation des entreprises touristiques du Québec

Automne 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 ont été révisées légèrement à la hausse au courant de l'été. Le Québec et le Canada sont relativement épargnés des tarifs à l'importation américains.

Conséquemment, la situation des entreprises touristiques s'est maintenue, voire légèrement améliorée : les attentes sont demeurées les mêmes, l'exposition aux enjeux a diminué, la santé financière s'est légèrement améliorée et la confiance des entrepreneurs s'est maintenue, voire légèrement améliorée.

Contexte économique

Bien que l'incertitude à l'égard de la politique commerciale américaine demeure élevée, les perspectives économiques ont été révisées légèrement à la hausse au courant de l'été. En effet, le Québec et le Canada ont été jusqu'à présent relativement épargnés. La moyenne des prévisions des principales institutions financières canadiennes concernant la croissance économique du Québec en 2025 est passée de + 1,5 % (prévisions de janvier) à + 0,7 % (avril) à + 0,9 % (octobre).

Toutefois, le marché du travail affiche quelques signes de faiblesse au Québec et au Canada depuis juillet. La création d'emploi y a été nulle, voire légèrement négative, au 3^e trimestre. Une particularité du marché du travail au cours des prochaines années est que la population du Québec déclinera. La récente mise à jour de l'Institut de la statistique du Québec concernant les perspectives démographiques anticipe une baisse de la population québécoise d'environ 80 000 personnes (-0,9 %) d'ici 2030, en raison surtout de la réduction attendue de l'immigration temporaire.

Attentes des entreprises

De façon générale, les entreprises touristiques s'attendent à peu de changement à court terme.

La part des entreprises touristiques dont les attentes restent à peu près les mêmes a augmenté sur l'ensemble des indicateurs : la demande, les prix, les revenus, les dépenses, les investissements, la rentabilité, le nombre d'employés et les postes vacants.

Ce constat est conséquent avec les perspectives de croissance économique à court terme. En effet, les prévisionnistes s'attendent à une croissance atone au 3^e trimestre et faible au 4^e trimestre de 2025.

Enjeux du secteur

L'inflation et le coût des intrants sont 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, 20 % ont répondu la *Hausse de l'inflation* et 8 % le *Coût des intrants*.

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, le Coût des intrants et la Capacité à attirer de nouveaux clients ou à maintenir la clientèle actuelle.

Santé financière des entreprises

La santé financière des entreprises touristiques s'est légèrement améliorée au cours du dernier trimestre. Sur la base des liquidités disponibles, l'amélioration entre le 2^e et 3^e trimestre est statistiquement significative. Par contre, sur la base de la capacité à s'endetter davantage, l'amélioration n'est pas suffisamment importante pour être statistiquement significative.

Confiance des entrepreneurs

Le niveau de confiance des entrepreneurs touristiques du Québec semble s'être légèrement amélioré par rapport au trimestre précédent.

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





2 Contexte économique

Bien que l'incertitude à l'égard de la politique commerciale américaine demeure élevée, les perspectives économiques ont été révisées légèrement à la hausse au courant de l'été.

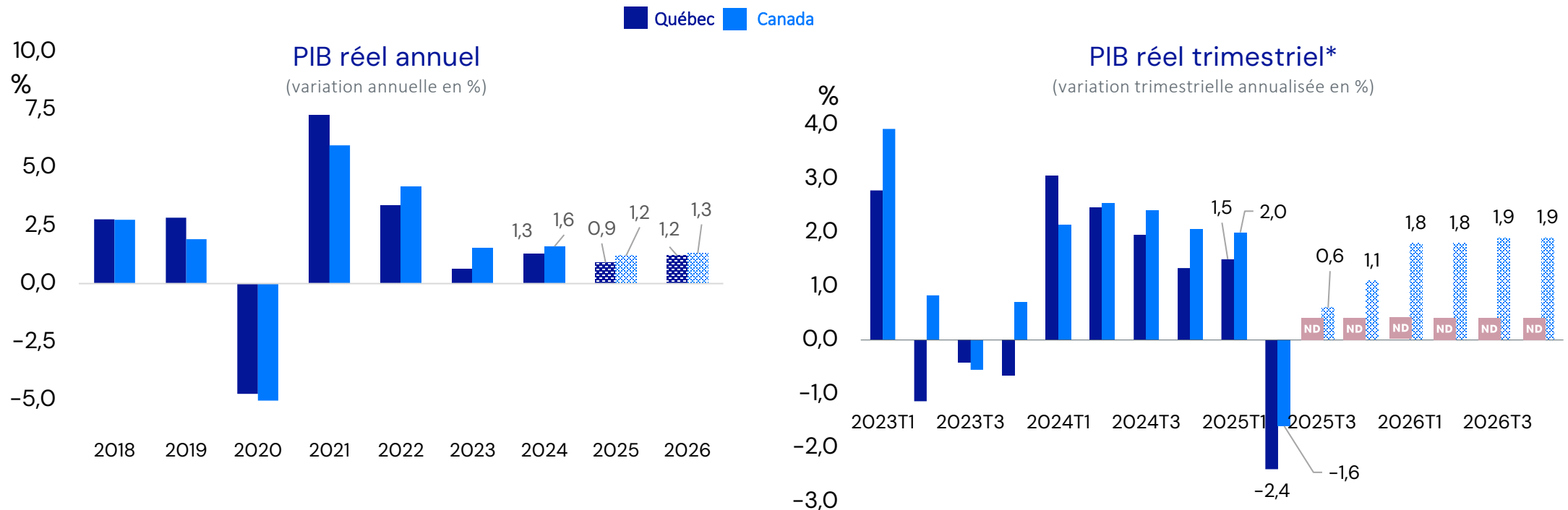
Toutefois, le marché du travail affiche quelques signes de faiblesse au Québec et au Canada depuis juillet. La création d'emploi y a été nulle, voire légèrement négative, au 3^e trimestre.

Croissance économique

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

Bien que les États-Unis continuent d'annoncer, d'appliquer, de suspendre et de remettre en place toutes sortes de tarifs à ses partenaires commerciaux, le Québec et le Canada ont été jusqu'à présent relativement épargnés. Le taux effectif des tarifs à l'importation appliqués aux produits canadiens atteindrait 5 %, ce qui se compare avantageusement au 19 % que les États-Unis imposent en moyenne à leurs autres partenaires commerciaux.

Conséquemment, les perspectives économiques ont été révisées légèrement à la hausse au courant de l'été. La moyenne des prévisions des principales institutions financières canadiennes concernant la croissance économique du Québec en 2025 est passée de + 1,5 % (prévisions de janvier) à + 0,7 % (avril) et à + 0,9 % (octobre).



* 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 2025)

Depuis juillet, le marché du travail affiche quelques signes de faiblesse. La création d'emploi a été nulle au Québec, voire légèrement négative au 3e trimestre : - 1 630 emplois. Qu'à cela ne tienne, l'emploi devrait progresser de 1,5 % sur l'ensemble de l'année 2025. Notons, toutefois, qu'il ne devrait augmenter que de 0,6 % en 2026.

Une particularité du marché du travail au cours des prochaines années est que la population du Québec déclinera, une première (du moins depuis 1940, aussi haut que remontent les données). La récente mise à jour de l'ISQ concernant les perspectives démographiques du Québec et de ses régions n'est pas réjouissante. Une baisse de la population québécoise d'environ 80 000 personnes (-0,9 %) est anticipée d'ici 2030, en raison surtout de la réduction attendue de l'immigration temporaire.

Emplois et taux de postes vacants au Québec

(Milliers d'emplois et % de postes vacants)





Inflation et taux d'intérêt

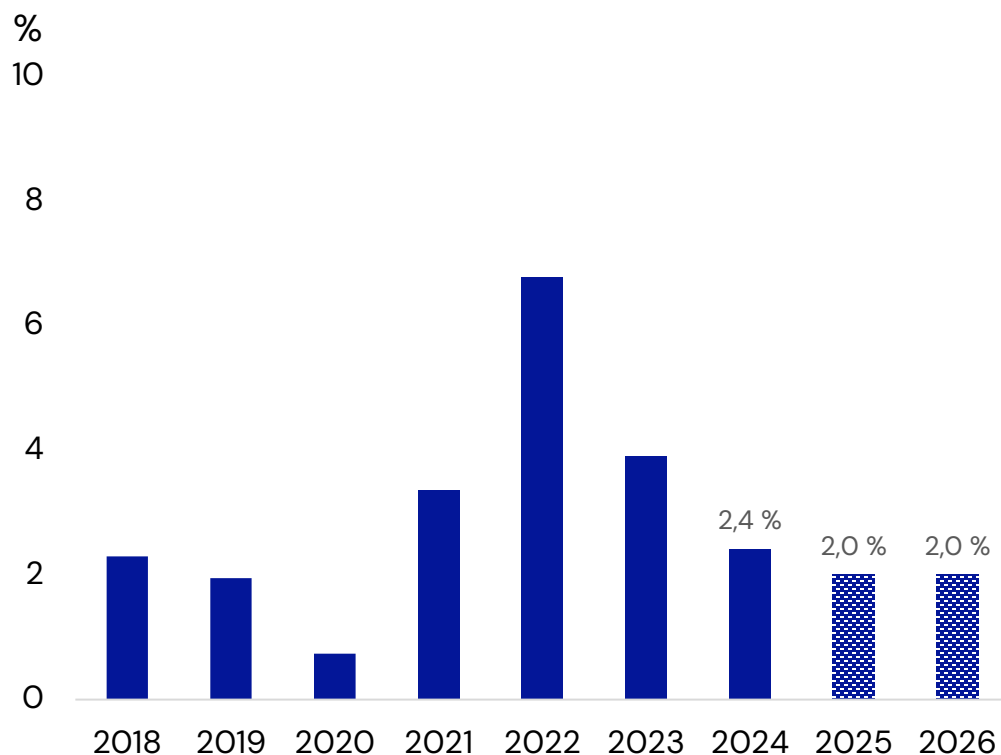
Données historiques et moyennes des prévisions des institutions financières (octobre 2025)

Étant donné que l'inflation se maintient dans la fourchette cible de la Banque du Canada et que le marché de l'emploi commence à se détériorer, la Banque du Canada a diminué son taux directeur d'un quart de point de base lors de ses deux dernières décisions, soit le 17 septembre et le 29 octobre.

Notons enfin que le budget fédéral du 4 novembre a été ponctué d'une série d'investissements stratégiques qui devraient également avoir pour effet de stimuler l'économie l'an prochain.

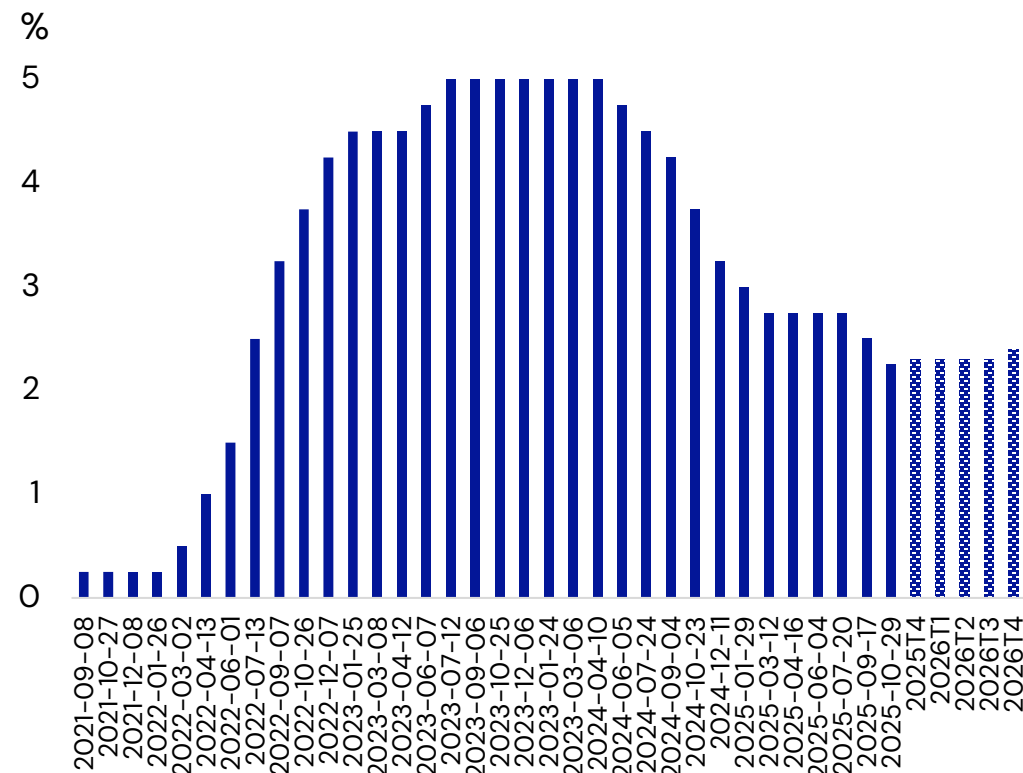
Taux d'inflation

(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 entreprises touristiques s'attendent à peu de changement à court terme.

La part des entreprises touristiques dont les attentes restent à peu près les mêmes a augmenté sur l'ensemble des indicateurs : la demande, les prix, les revenus, les dépenses, les investissements, la rentabilité, le nombre d'employés et les postes vacants.

Ce constat est conséquent avec les perspectives de croissance économique à court terme. En effet, les prévisionnistes s'attendent à une croissance atone au 3^e trimestre et faible au 4^e trimestre de 2025.



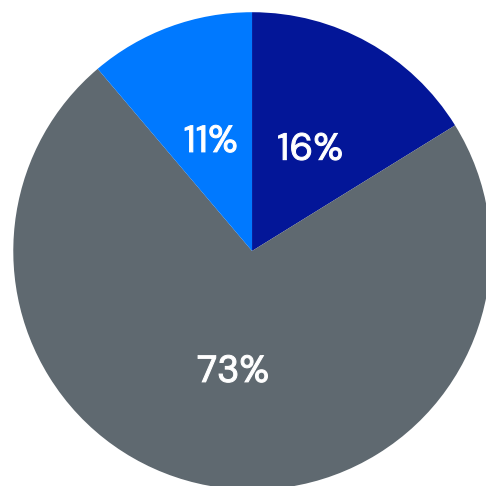
Attentes du secteur touristique du Québec – Demande

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 (73 %) s'attendent à ce que la demande reste à peu près la même cet automne. À l'échelle des sous-secteurs, on retrouve sensiblement la même part d'entreprises qui s'attendent à ce que la demande se maintienne dans l'Hébergement (74 %) et les Loisirs et divertissements (77 %). Dans le sous-secteur de la Restauration, cette part est légèrement plus faible (68 %), car une part plus importante des entreprises s'attendent à une hausse de la demande (26 %).

Attentes du secteur – Demande

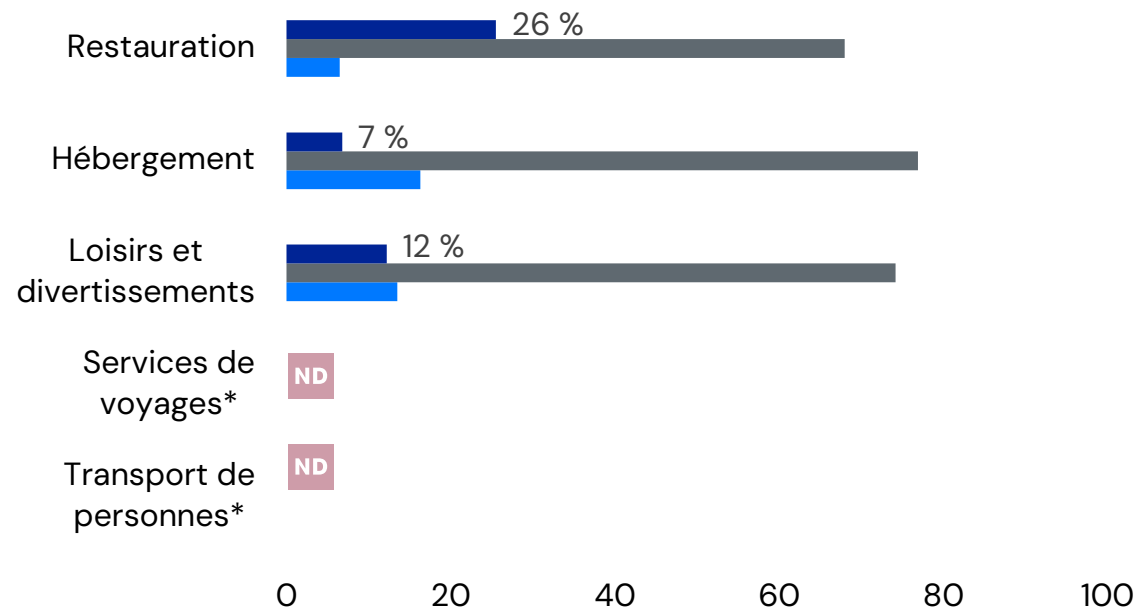
(% des entreprises au 3^e trimestre de 2025)



■ Augmenter ■ Rester à peu près la même ■ Diminuer

Attentes des sous-secteurs – Demande

(% des entreprises au 3^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)





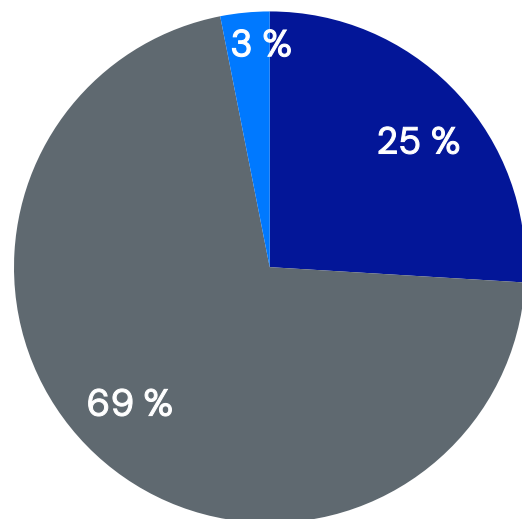
Attentes du secteur touristique du Québec – Prix de vente

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 diminué légèrement, passant de 36 à 25 %. Cette diminution 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 42 % à 10 %.

Attentes du secteur – Prix de vente

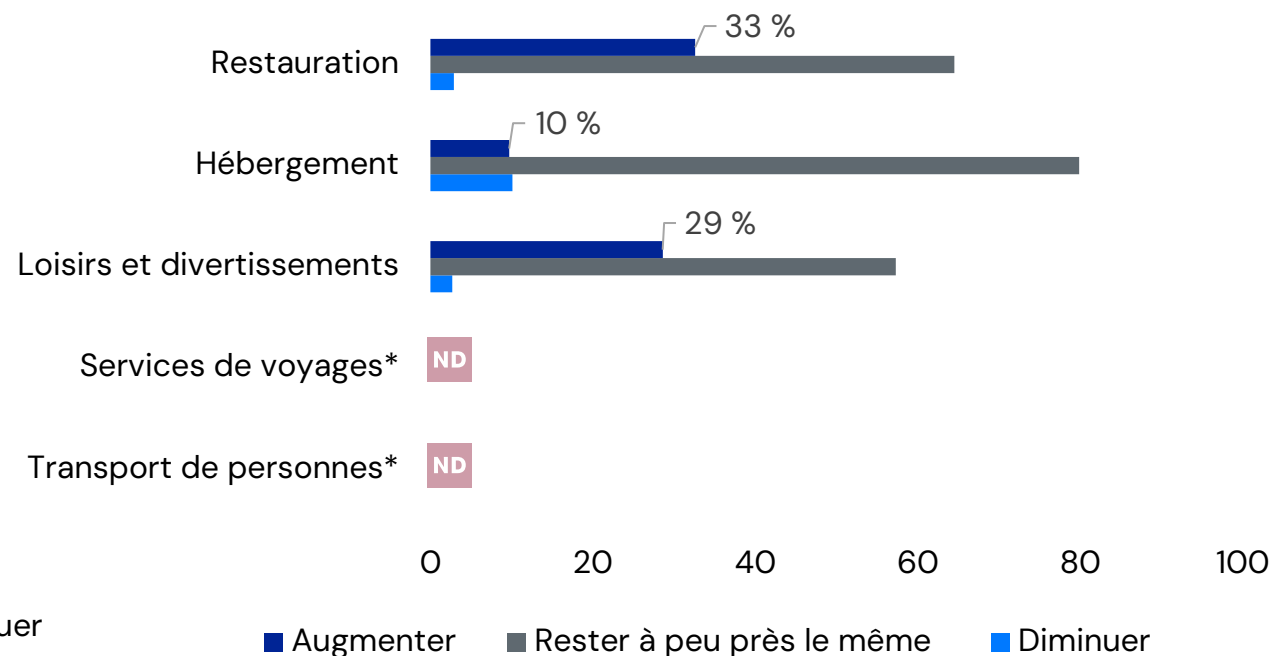
(% des entreprises au 3^e trimestre de 2025)



■ Augmenter ■ Rester à peu près la même ■ Diminuer

Attentes des sous-secteurs – Prix de vente

(% des entreprises au 3^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)





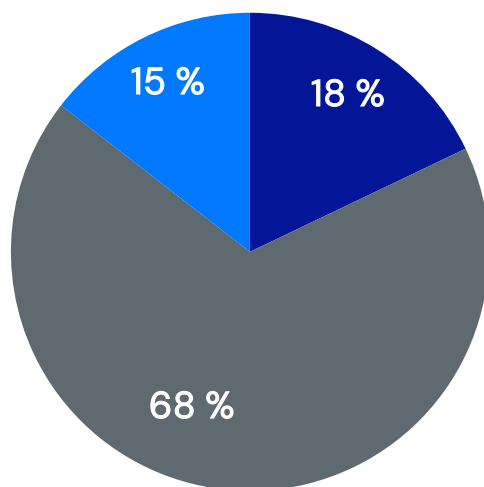
Attentes du secteur touristique du Québec – Revenus

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 ce que leurs revenus restent à peu près les mêmes a augmenté, passant de 51 % à 68 %, alors que la part de celles qui s'attendent à une augmentation de leurs revenus a reculé de 28 à 18 %.

Attentes du secteur – Revenus

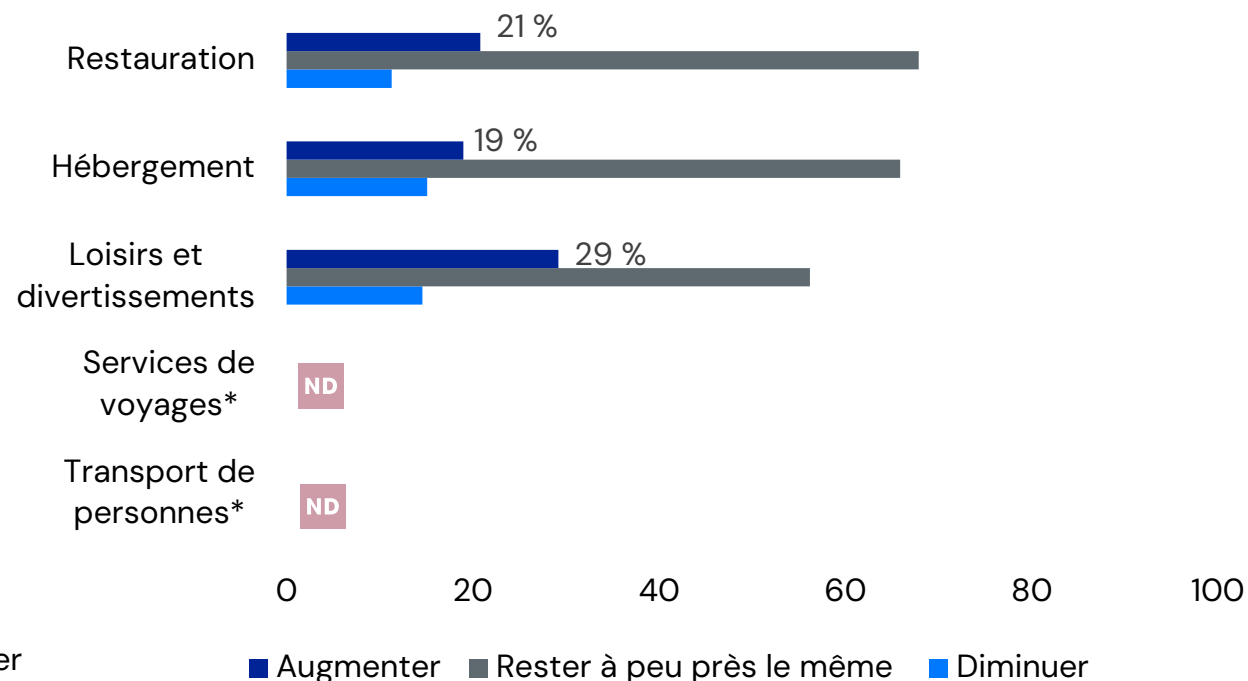
(% des entreprises au 3^e trimestre de 2025)



■ Augmenter ■ Rester à peu près la même ■ Diminuer

Attentes des sous-secteurs – Revenus

(% des entreprises au 3^e trimestre de 2025)



■ Augmenter ■ Rester à peu près la 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)





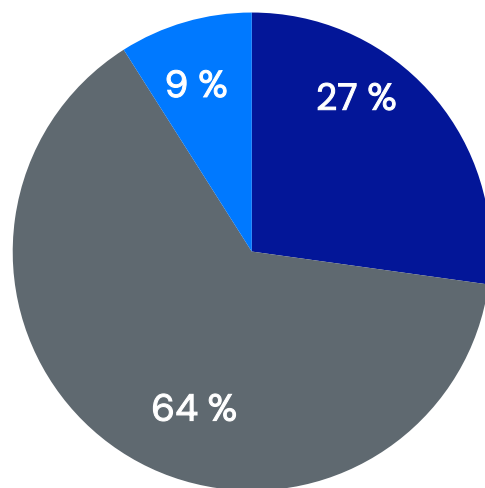
Attentes du secteur touristique du Québec – Dépenses

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 diminué de 51 % à 27 %, alors que la part de celles qui ne s'attendent à peu de changements a augmenté de 38 % à 64 %. Cette dynamique des attentes s'observe particulièrement dans les sous-secteurs de la Restauration et des Loisirs et divertissement.

Attentes du secteur – Dépenses

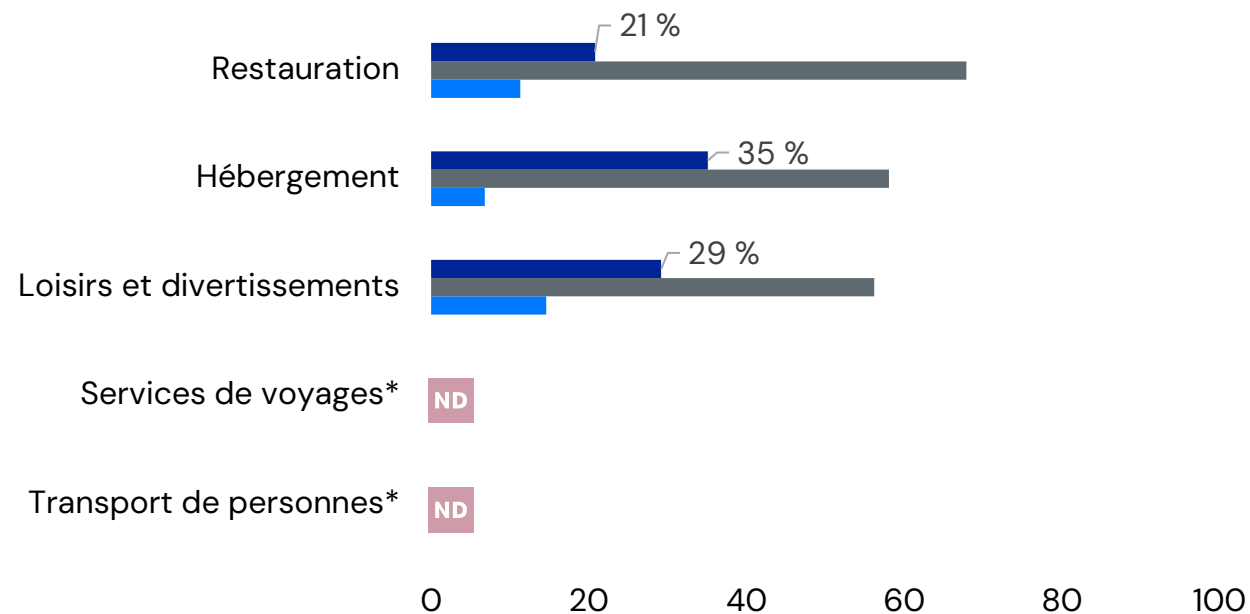
(% des entreprises au 3^e trimestre de 2025)



■ Augmenter ■ Rester à peu près la même ■ Diminuer

Attentes des sous-secteurs – Dépenses

(% des entreprises au 3^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)





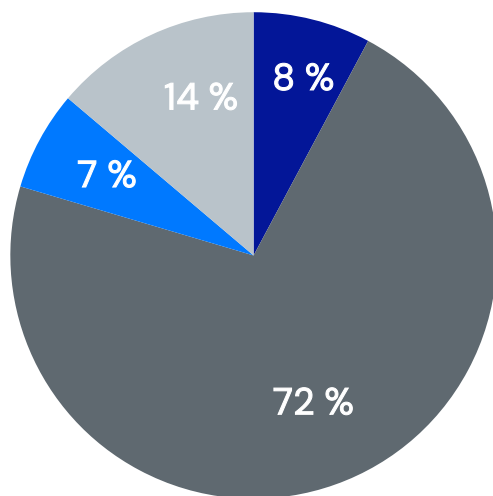
Attentes du secteur touristique du Québec – Investissements

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 continuent à se détériorer : la part des entreprises touristiques qui prévoient une hausse de leurs dépenses en immobilisation est passée de 20 % à 8 % alors que la part de celles qui n'anticipe que peu de changements à l'égard des dépenses en immobilisation est passée de 46 % à 72 %.

Attentes du secteur – Dépenses en immobilisation

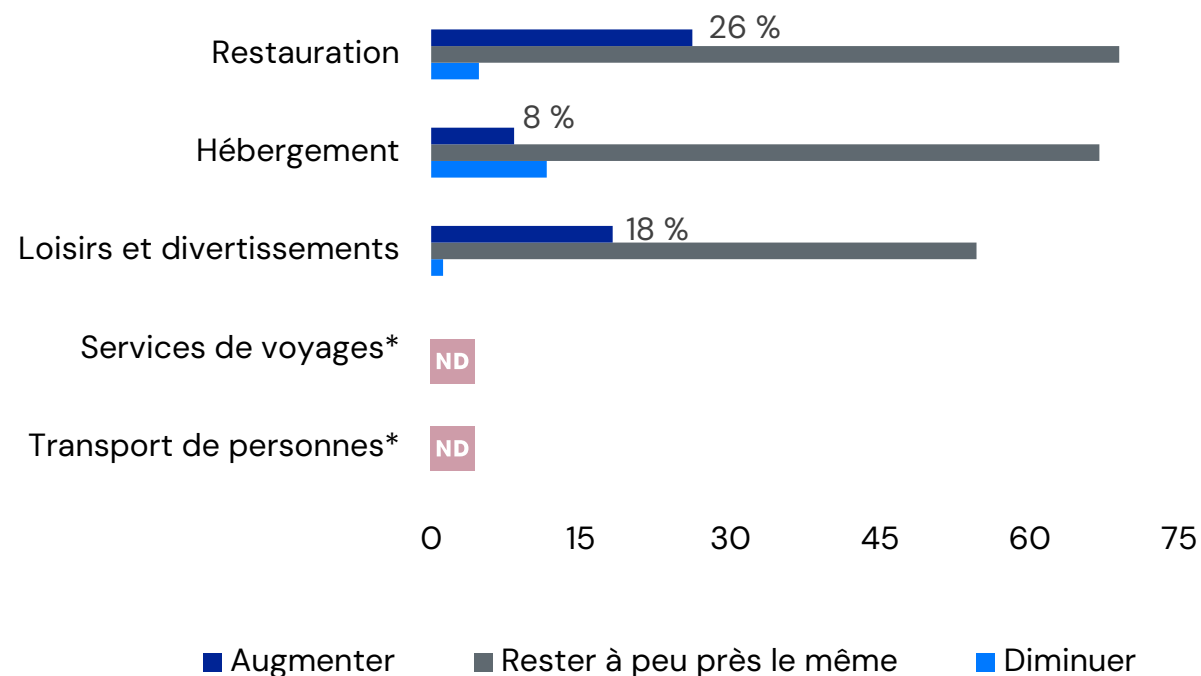
(% des entreprises au 3^e trimestre de 2025)



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

Attentes des sous-secteurs – Dépenses en immobilisation

(% des entreprises au 3^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)





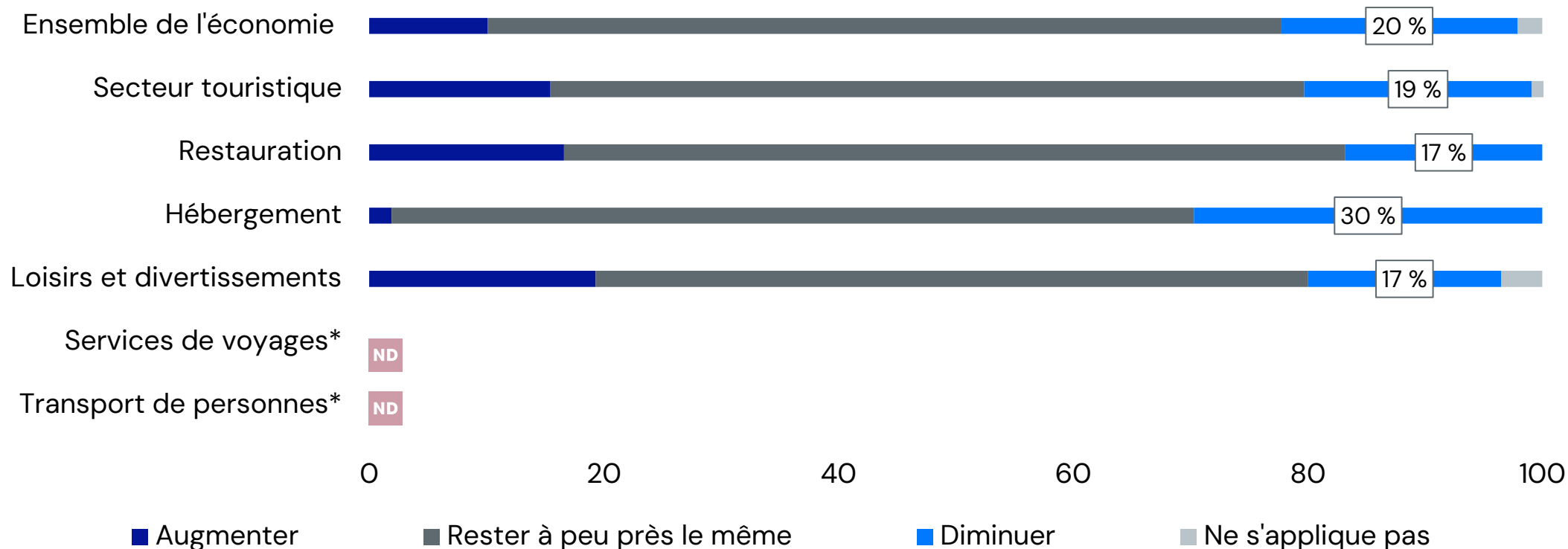
Attentes du secteur touristique du Québec – Rentabilité

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

Les attentes des entreprises touristiques à l'égard de la rentabilité semblent s'être améliorées quelques peu par rapport au trimestre précédent. La part des entreprises touristiques qui s'attendent à une diminution de leur rentabilité est passé de 40 % à 19 %. Cette amélioration s'observe particulièrement dans le sous-secteur de la Restauration où cette part est passé de 45 % à 17 %.

Rentabilité des entreprises et organismes touristiques

(% des entreprises au 3^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)





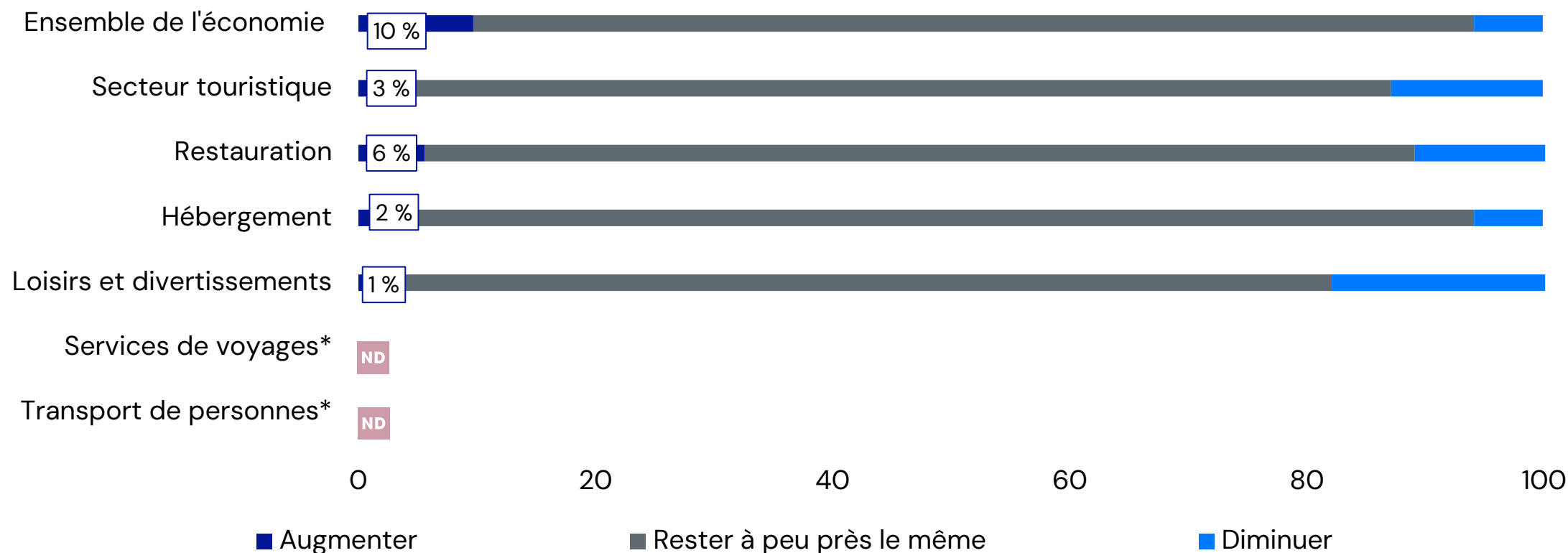
Attentes du secteur touristique du Québec – Nombre d'employés

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 de l'embauche se sont détériorées légèrement. Alors que huit entreprises touristiques sur dix (81 %) ne prévoient pas de changement majeur dans leur nombre d'employés, la part de celles qui prévoient embaucher est passée de 10 % à 1 %. Ceci est particulièrement vrai dans les sous-secteurs de l'Hébergement et des Loisirs et divertissements où cette part est passé de 24 % à 2 % et de 18 % à 1 %, respectivement.

Nombre d'employés des entreprises et organismes touristiques

(% des entreprises au 3^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)





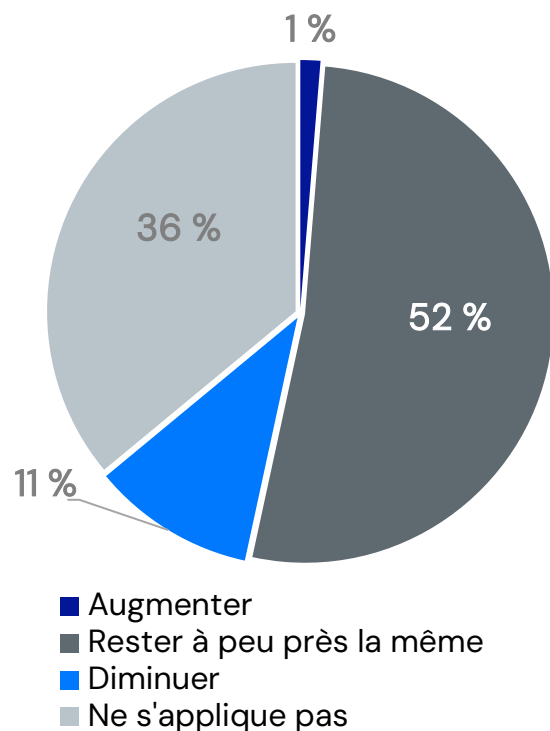
Attentes du secteur touristique du Québec – Postes vacants

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

Plus d'une entreprise touristique sur trois (36 %) indique que la question sur les postes vacants « ne s'applique pas » à leur situation et une sur deux (52 %) n'anticipe pas de changement concernant le nombre de poste vacants au sein de leur entreprise.

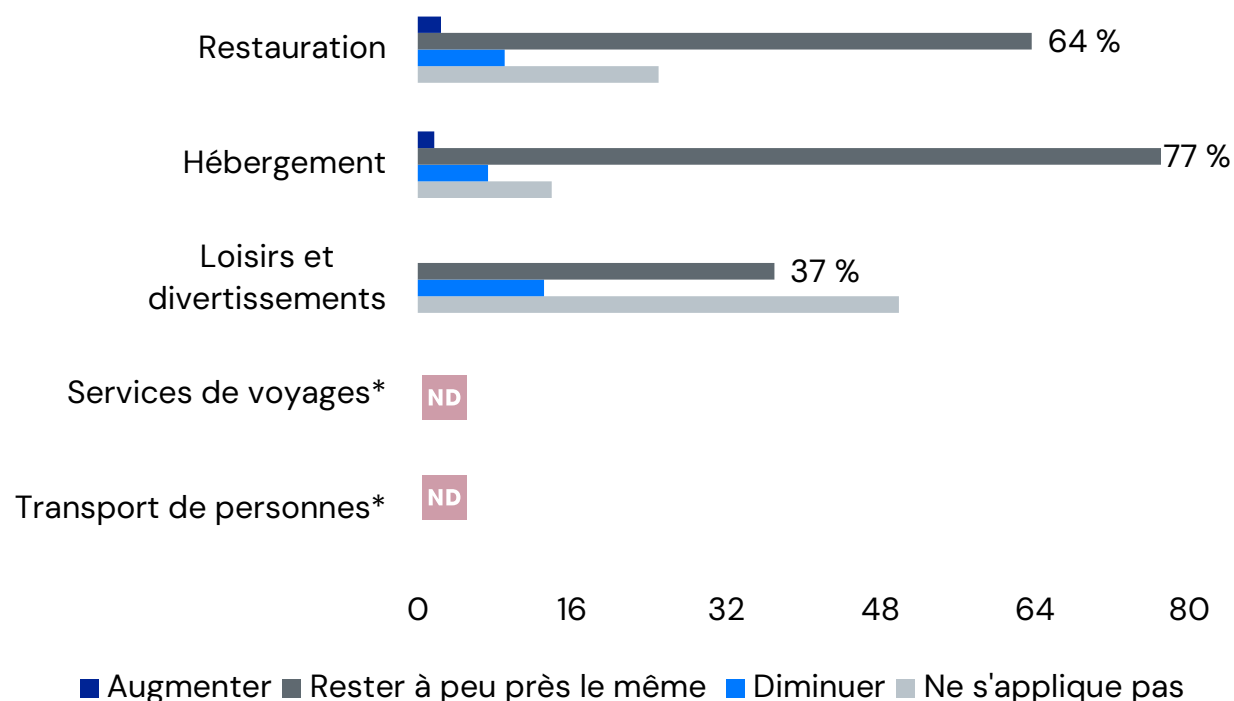
Attentes du secteur – Postes vacants

(% des entreprises au 3^e trimestre de 2025)



Attentes des sous-secteurs – Postes vacants

(% des entreprises au 3^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 coût des intrants sont 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, 20 % ont répondu la *Hausse de l'inflation* et 8 % le *Coût des intrants*.

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*, le *Coût des intrants* et la *Capacité à attirer de nouveaux clients ou à maintenir la clientèle actuelle*.



Enjeux du secteur touristique du Québec

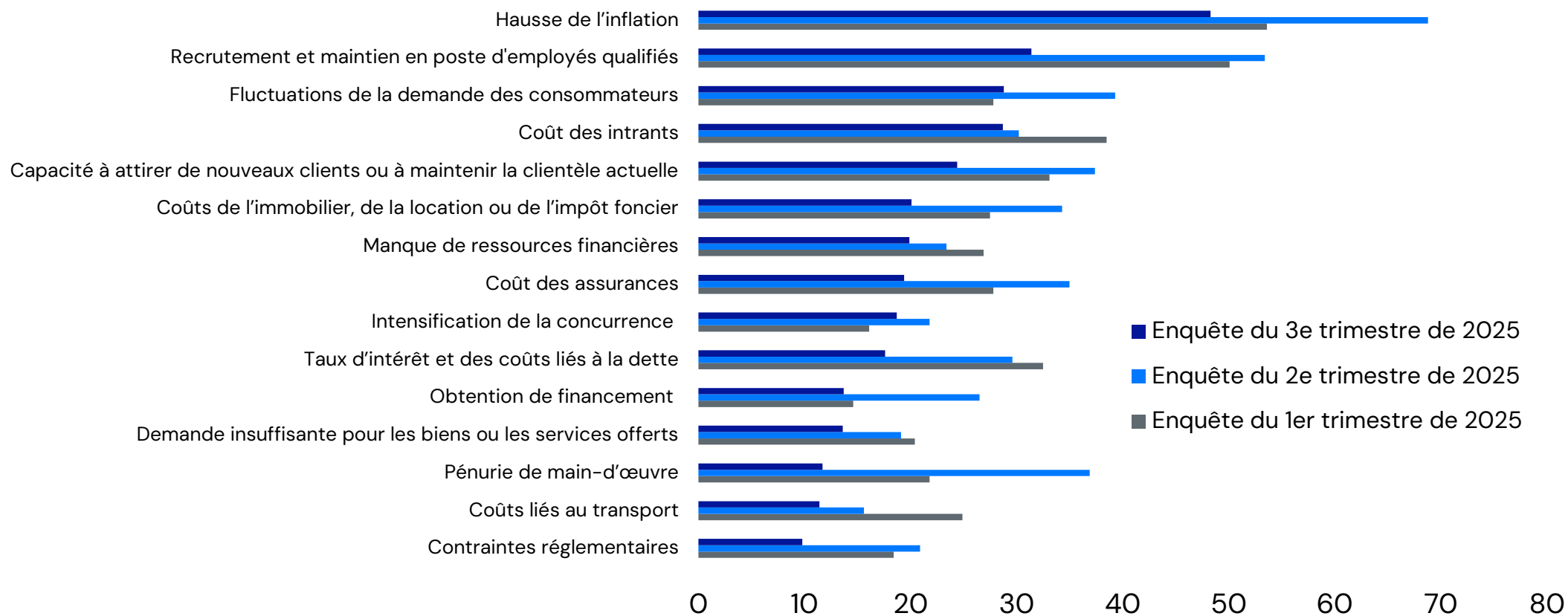
Au cours des trois prochains mois, lesquels des enjeux suivants pourraient constituer des obstacles pour votre entreprise ou organisme?

Les entreprises touristiques semblent moins subir les différents enjeux qu'au trimestre précédent: une part moins importante d'entre elles déclarent que ces enjeux pourraient constituer un obstacle à leurs activités, peu importe la nature de l'enjeu. De façon générale, il semble qu'il y a présentement moins de pression sur l'offre touristique qu'au trimestre précédent (saison estivale).

Les enjeux de la *Hausse de l'inflation*, du *Recrutement et maintien en poste d'employés qualifiés* et de la *Fluctuations de la demande des consommateurs* sont demeurés à la 1^{ère}, 2^e et 3^e positions des enjeux partagés par le plus grand nombre d'entreprises touristiques. L'enjeu du *Coût des intrants* est passé de la 8^e position à la 4^e position au cours du dernier trimestre. Celui de la *Capacité à attirer de nouveaux clients ou à maintenir la clientèle actuelle* a glissé de la 4^e à la 5^e position.

Enjeux des entreprises touristiques

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





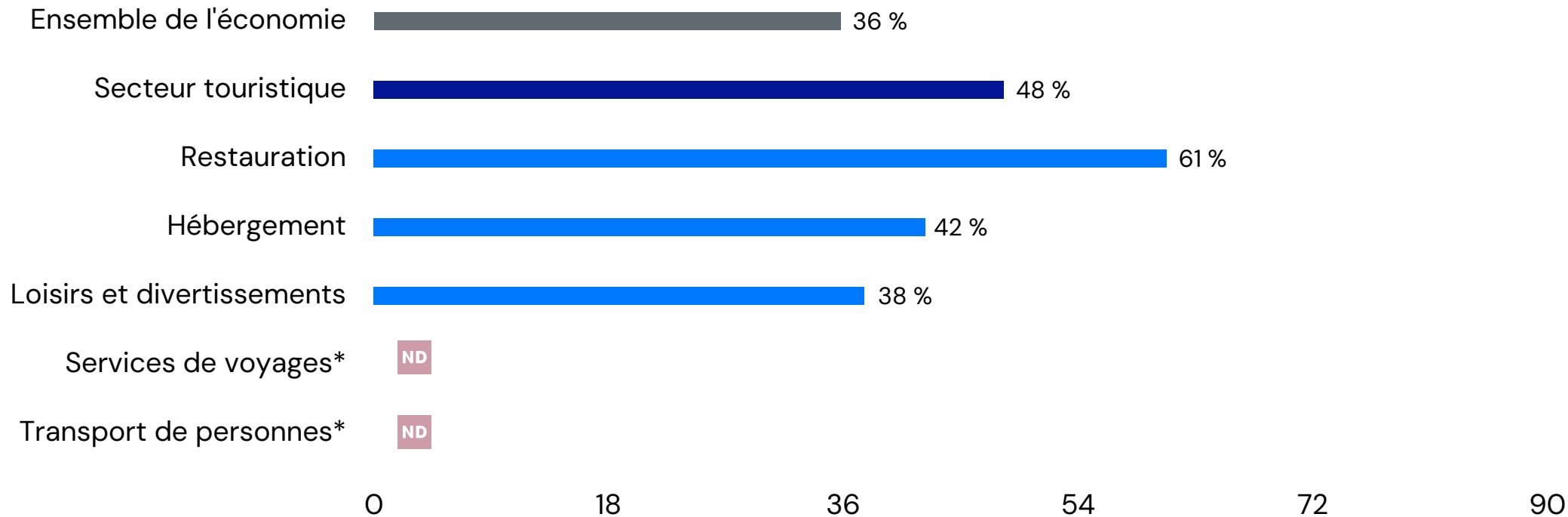
Enjeu # 1 : Hausse de l'inflation

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 trois entrepreneurs sur cinq considèrent qu'il 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)





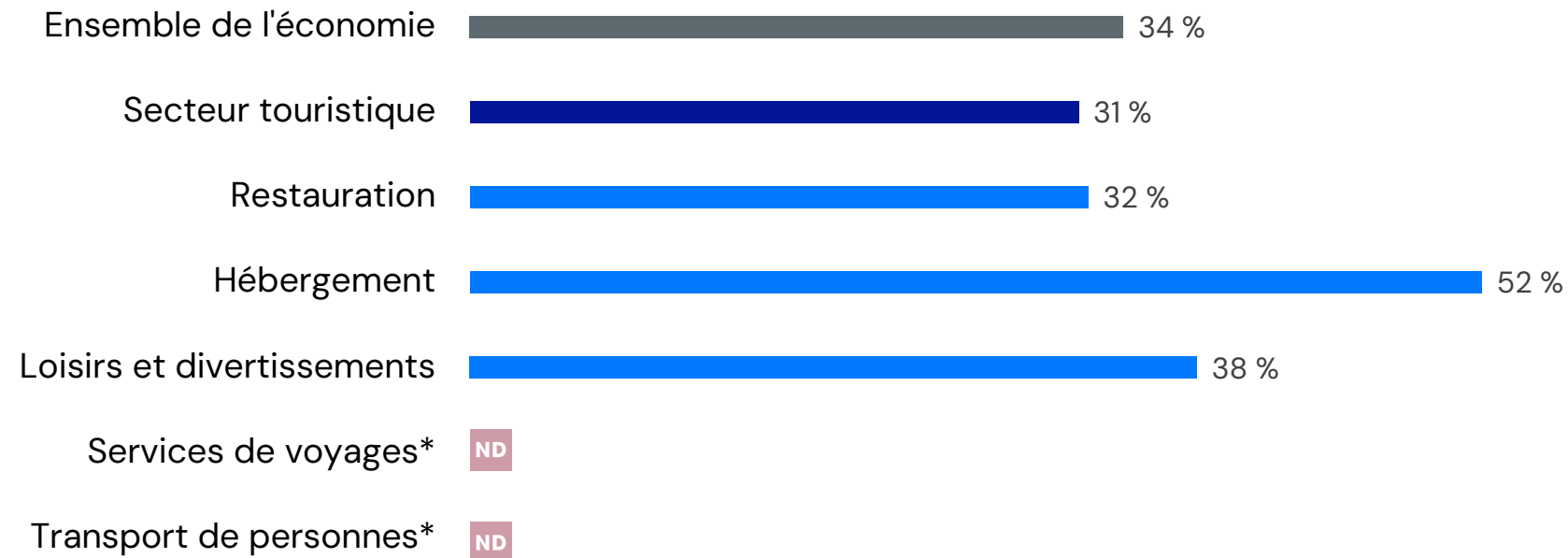
Enjeu # 2: Recrutement et maintien en poste

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 près du tiers des entreprises touristiques (31 %). Le sous-secteur touristique où cet enjeu semble le plus sévère est celui de l'Hébergement, où une entreprise sur deux (52 %) estime qu'il constitue un obstacle pour leurs activités.

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)





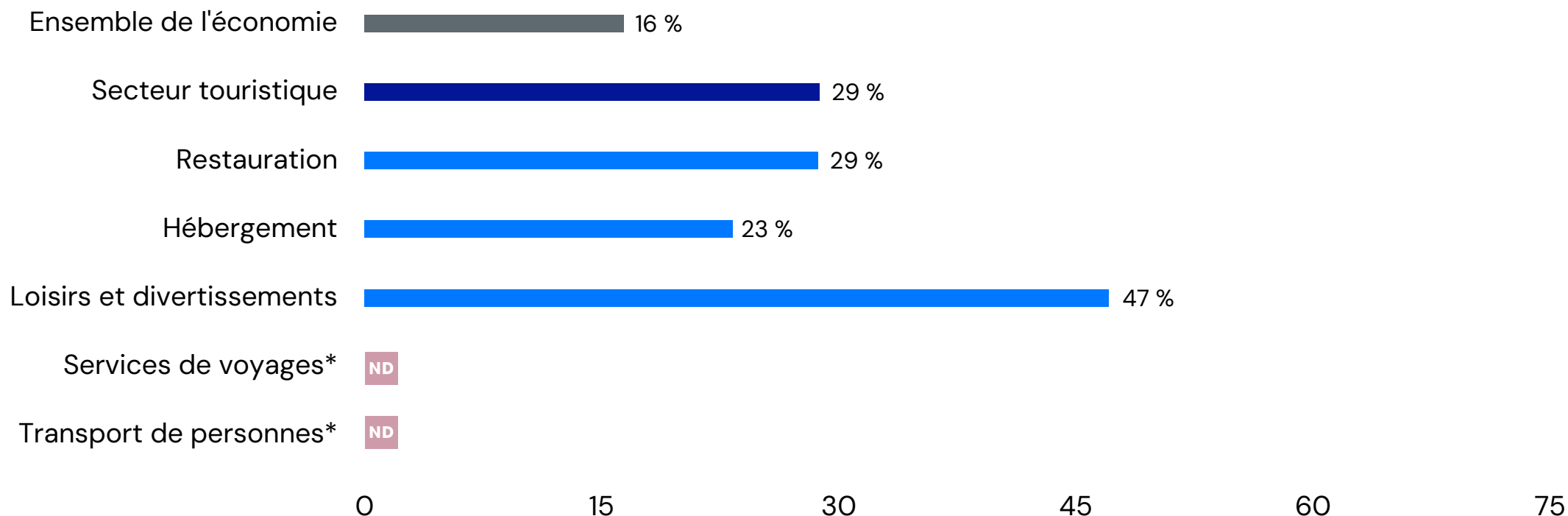
Enjeu # 3: Fluctuations de la demande des consommateurs

Au cours des trois prochains mois, les fluctuations de la demande des consommateurs pourraient-ils constituer un obstacle pour votre entreprise ou organisme?

L'enjeu de la *Fluctuation de la demande des consommateurs* s'est maintenu à la 3^e position (29 %) des obstacles les plus répandus au sein des entreprises touristiques au cours du dernier trimestre. L'enjeu est particulièrement important dans le sous-secteur des Loisirs et divertissements où près d'un entrepreneur sur deux l'identifie comme un obstacle potentiel à leurs opérations (47 %).

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)





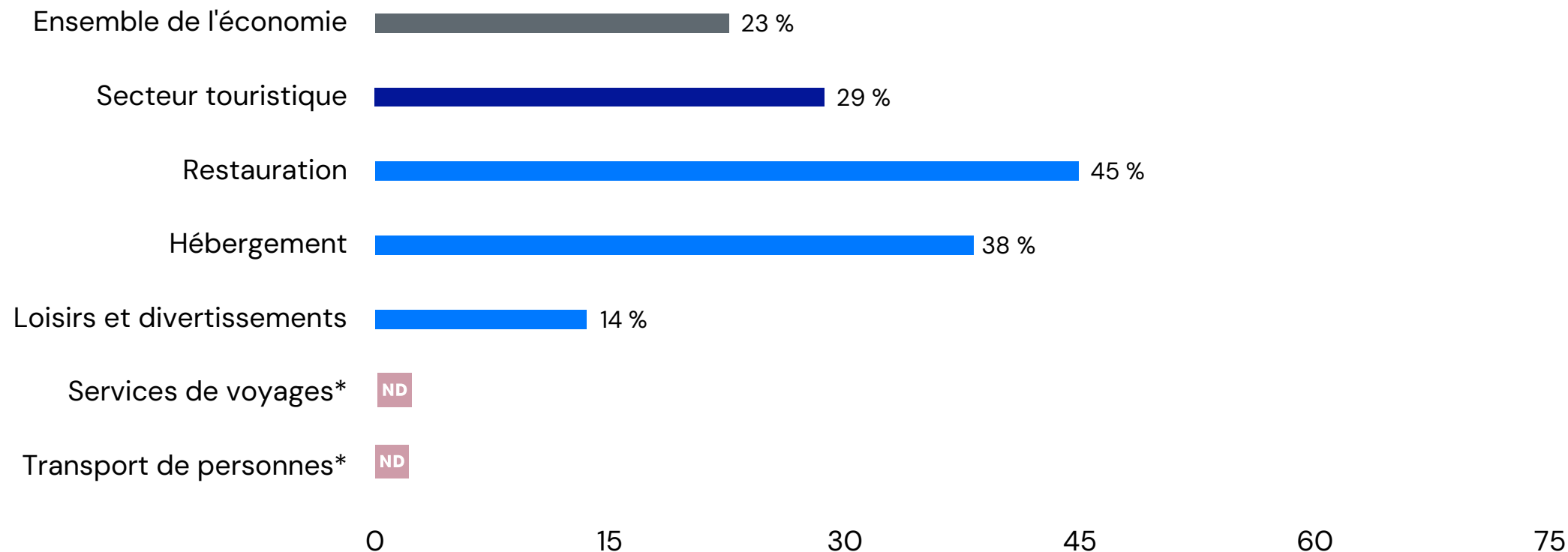
Enjeu # 4: Coût des intrants

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

L'enjeu du coût des intrants s'est frayé un chemin parmi le top 5 des obstacles les plus partagés par les entreprises touristiques au 3^e trimestre de 2025. Cet enjeu se situait en 8^e position au trimestre précédent. Plus du quart des entreprises touristiques (29 %) considère le coût des intrants comme un obstacle potentiel à leurs opérations. Cet enjeu est particulièrement important dans le sous-secteur de la Restauration où près d'une entreprise sur deux le ressent (45%).

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)





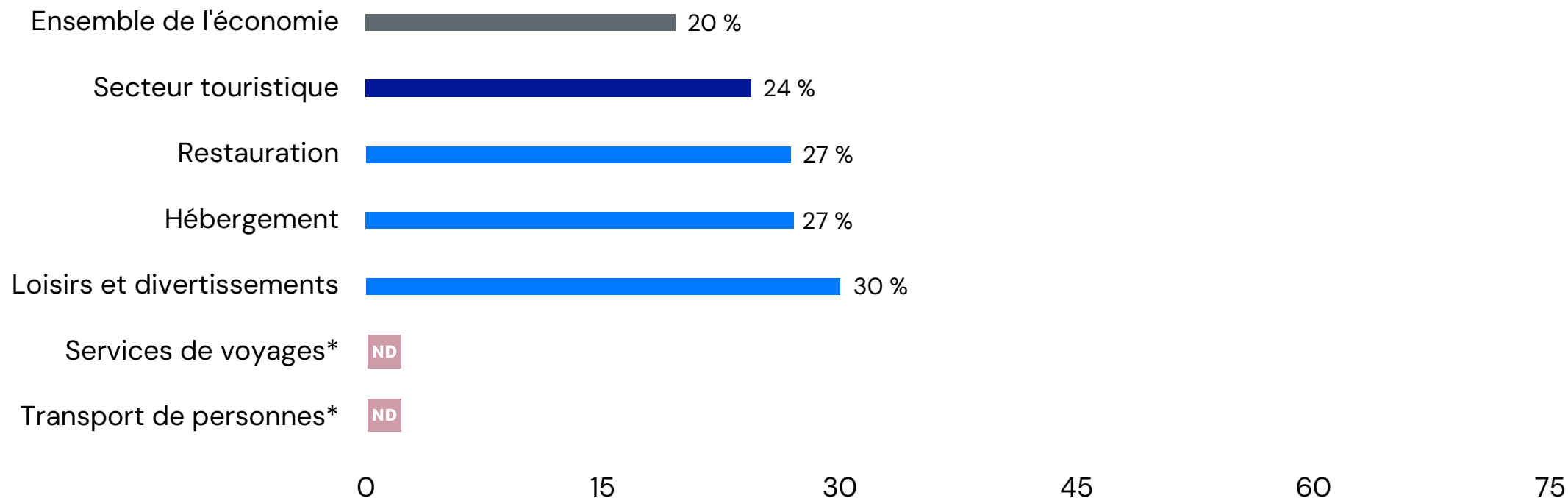
Enjeu # 5 : Attirer de nouveaux clients et maintenir la clientèle actuelle

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* est passé de la 4^e à la 5^e position des enjeux les plus partagés par les entreprises touristiques. Près du quart des entreprises touristiques (24 %) considère cet enjeu comme un obstacle potentiel à leurs opérations.

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)



5 Santé financière des entreprises touristiques

La santé financière des entreprises touristiques s'est légèrement améliorée au cours du dernier trimestre. Sur la base des liquidités disponibles, l'amélioration entre le 2^e et 3^e trimestre est statistiquement significative. Par contre, sur la base de la capacité à s'endetter davantage, l'amélioration n'est pas suffisamment importante pour être statistiquement significative (c.-à-d. en tenant compte des marges d'erreurs).



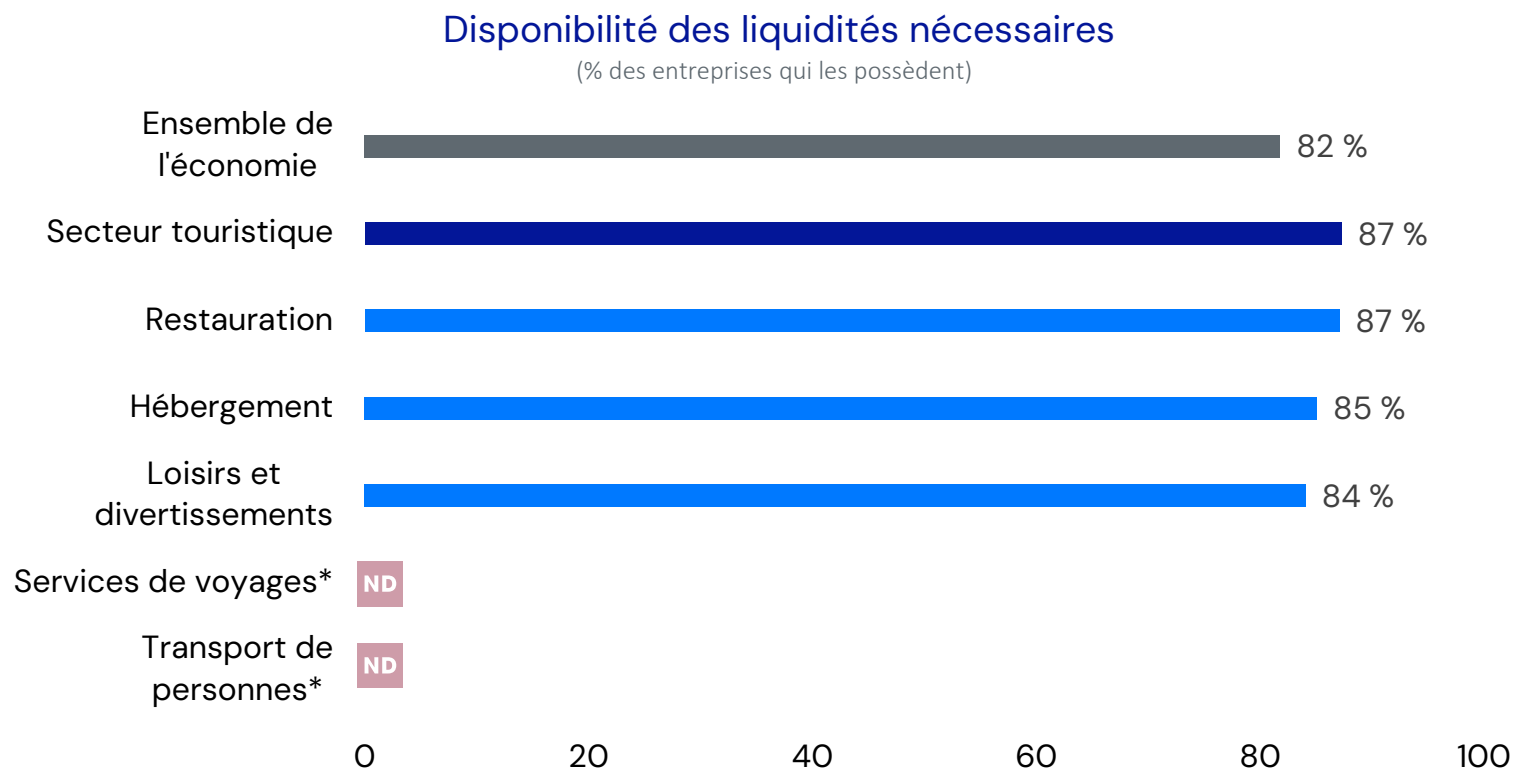
Santé financière du secteur touristique du Québec – Liquidités

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 s'est quelque peu améliorée, passant de 75 à 87 %. De même, la part de celles qui déclarent ne pas être en mesure d'obtenir ces liquidités a diminué, passant de 6 % à 3 %. Rappelons que cette part était passée de 0,6 % à 3,9 % au 1^{er} trimestre et de 3,9 % à 6,0 % au 2^e trimestre.

3,3 % des entreprises et organismes du secteur touristique du Québec ne seront pas en mesure d'obtenir les liquidités nécessaires.

2,1 % 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)

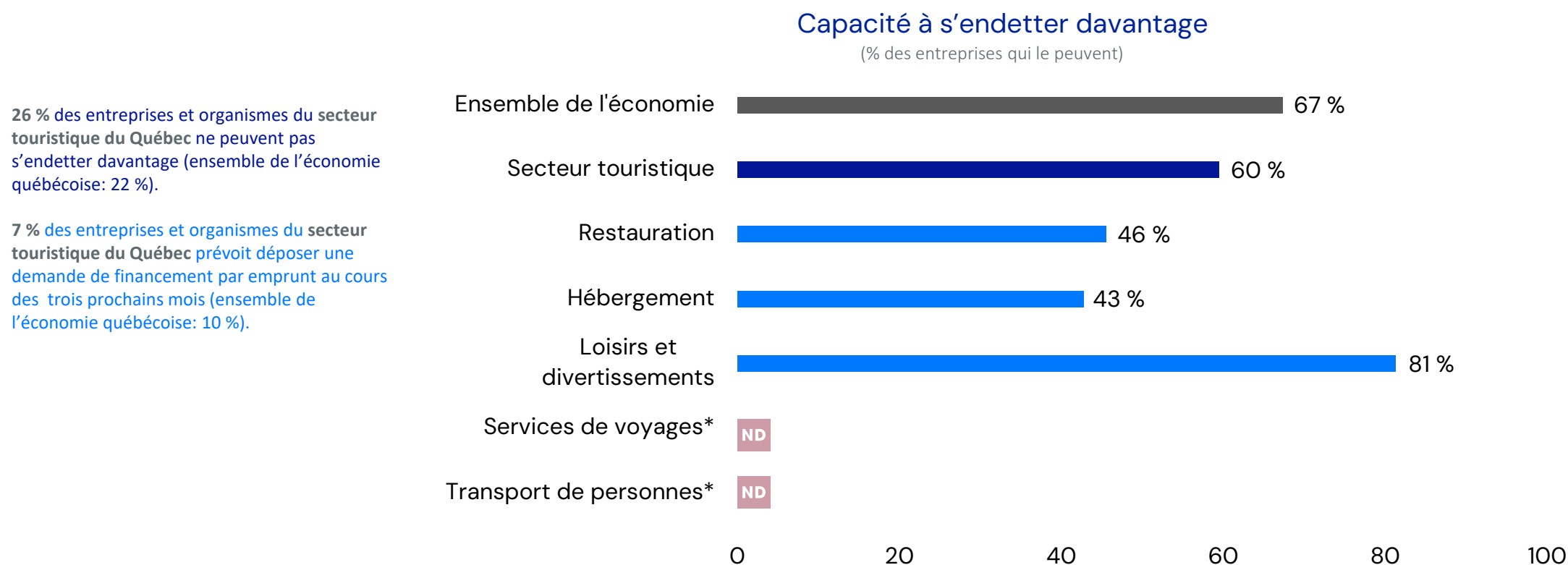




Santé financière du secteur touristique du Québec – Capacité à s'endetter

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 (60 %) est en mesure d'augmenter ses emprunts comparativement à 67 % tous secteurs confondus. De même, plus du quart des entreprises touristiques (26 %) ne peuvent pas augmenter leurs emprunts, ce qui est semblable à la part des entreprises dans cette situation dans l'ensemble de l'économie (22 %).



*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 semble s'être légèrement amélioré par rapport au trimestre précédent.

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



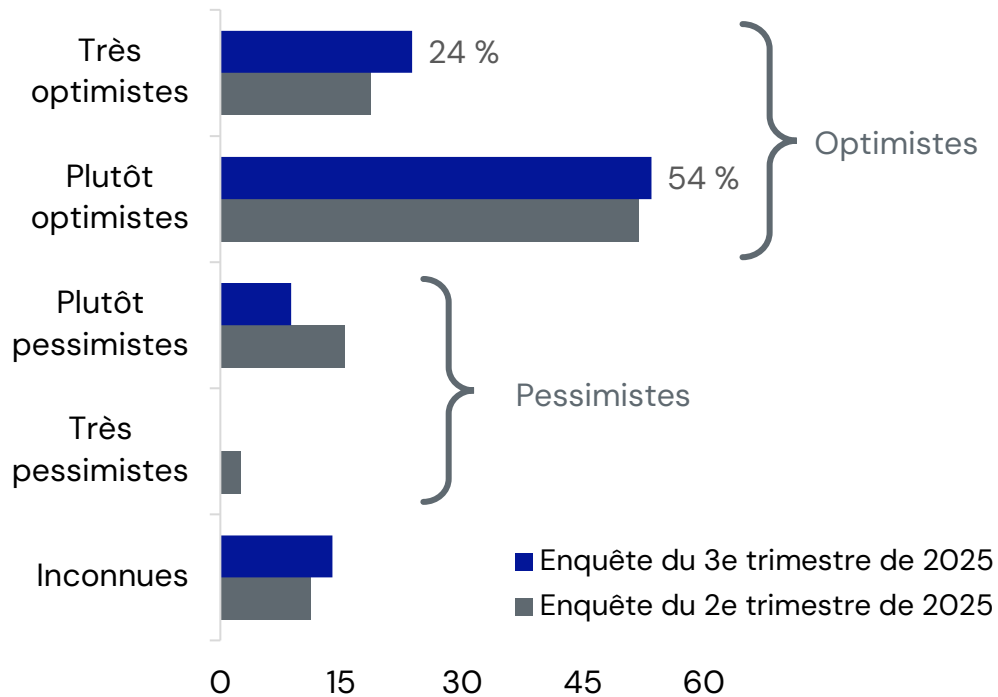
Confiance des entrepreneurs touristiques – Secteur

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 (78 %) s'est légèrement amélioré par rapport au trimestre précédent (71 %) – bien que l'écart ne soit pas statistiquement significatif. Ce niveau demeure supérieur à celui observé à l'échelle du Canada (60 %).

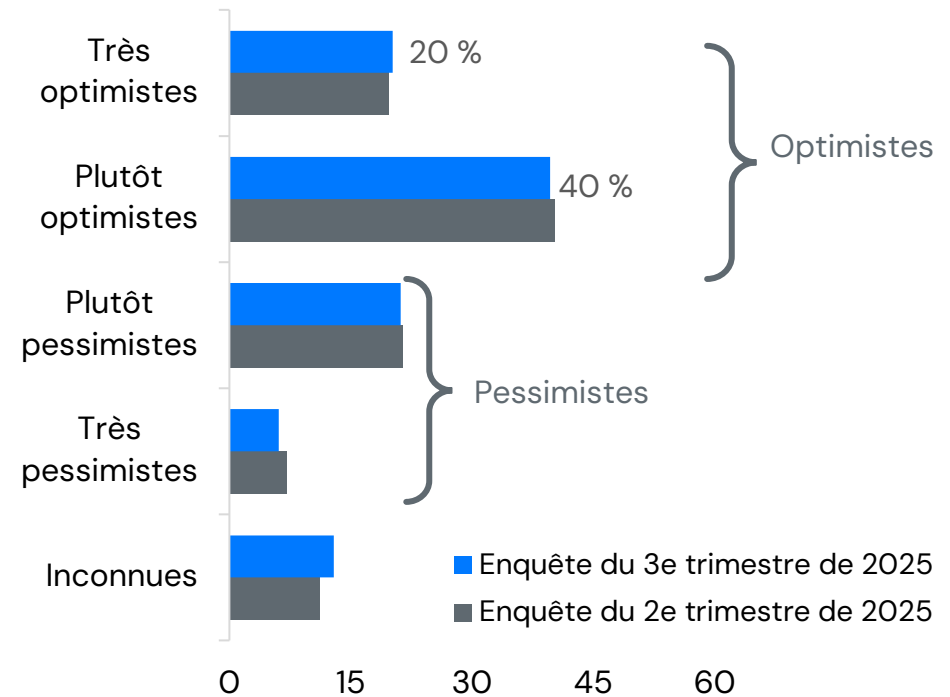
Perspectives d'avenir – Québec

(% des entreprises au 2^e trimestre de 2025 et au 3^e trimestre 2025)



Perspectives d'avenir – Canada

(% des entreprises au 2^e trimestre de 2025 et au 3^e trimestre 2025)





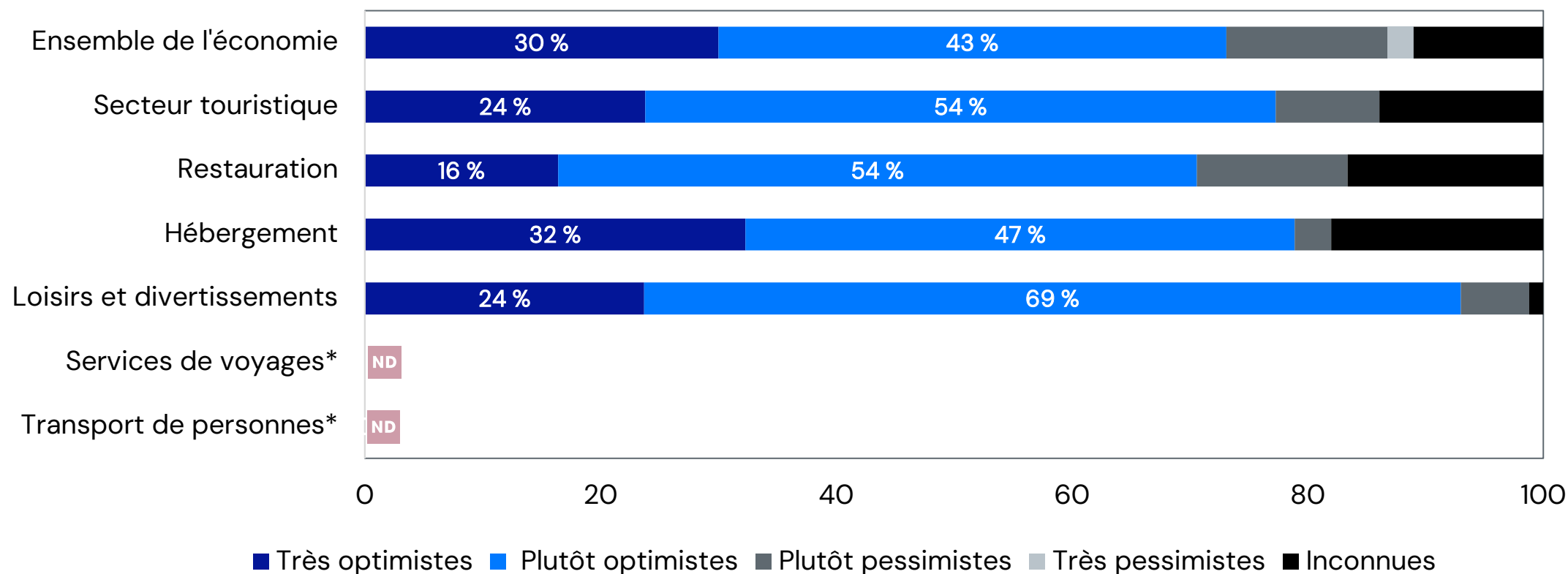
Confiance des entrepreneurs touristiques – Sous-secteurs

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

Le niveau d'optimisme s'est légèrement amélioré dans le secteur touristique du Québec, passant de 71 à 78 %, alors qu'il s'est légèrement détérioré à l'échelle de l'ensemble de l'économie (81 à 73 %). Notons, toutefois, que ces changements ne sont pas suffisamment importants pour être qualifiés de statistiquement significatifs.

Perspectives d'avenir des entreprises touristiques du Québec

(% des entreprises au 3^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, troisième 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 2 juillet et le 6 août 2025.

Les résultats de cette enquête sont basés sur les réponses 9 494 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 1 696 répondants à l'échelle du Canada et de 235 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

