



Situation des entreprises touristiques du Québec

Hiver 2026

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

L'économie québécoise a évité la récession en se redressant au 2^e semestre de 2025. D'ailleurs, les perspectives économiques ont été révisées légèrement à la hausse cet automne.

La situation des entreprises touristiques a peu changé : les attentes demeurent à peu près les mêmes, les enjeux relatifs à la main-d'œuvre refont surface et la santé financière des entreprises se maintient.

Preuve manifeste que l'incertitude demeure élevée, le quart des entrepreneurs touristiques estiment ne pas savoir ce que l'avenir leur réserve en 2026.

Contexte économique

L'économie canadienne a fait preuve d'une résilience remarquable en 2025. Rares sont ceux qui auraient pu prévoir la performance positive du marché de l'emploi et de la bourse à pareille date l'année dernière.

L'économie québécoise a évité la récession en se redressant au 2^e semestre de 2025 (particulièrement au 3^e trimestre) après une contraction de 2,9 % au 2^e trimestre (taux annualisé). Les perspectives économiques ont d'ailleurs été révisées à la hausse au courant de l'automne. Ainsi, la moyenne des prévisions des principales institutions financières canadiennes concernant la croissance économique du Québec en 2025 est passée de + 0,7 % (prévisions d'avril 2025), à + 0,9 % (octobre) et à +1,2 % en janvier 2026.

Ainsi, bien que la guerre commerciale pèse davantage sur l'économie québécoise que sur celle du Canada dans son ensemble, le Québec a malgré tout terminé l'année avec le taux de chômage le plus faible au Canada (5,4 %).

Attentes des entreprises

De façon générale, les entreprises touristiques québécoises s'attendent à peu de changement à court terme. La part des entreprises touristiques dont les attentes restent à peu près les mêmes est supérieure à 50 % 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. Après un rebond au 3^e trimestre, les prévisionnistes s'attendaient à une faible croissance au 4^e trimestre de 2025.

Enjeux du secteur

Le *Recrutement d'employés qualifiés* et l'*Inflation* 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, 21 % ont répondu le *Recrutement d'employés qualifiés* et 16 % l'*Inflation*.

Les enjeux partagés par le plus grand nombre

d'entreprises touristiques sont, toutefois : l'*Inflation*, le *Recrutement et maintien en poste d'employés qualifiés*, le *Coût des intrants*, la *Pénurie de main-d'œuvre* 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 maintenue au cours du dernier trimestre. Sur la base des liquidités disponibles, la détérioration entre le 3^e et 4^e trimestre n'est pas statistiquement significative. De même, la capacité à s'endetter davantage des entreprises touristiques est demeurée sensiblement la même.

Confiance des entrepreneurs

Sans surprise, le niveau de confiance des entrepreneurs touristiques du Québec a peu changé au cours du dernier trimestre.

Notons, toutefois, que le quart des entrepreneurs touristiques estiment ne pas savoir ce que l'avenir leur réserve en 2026 (perspectives inconnues). Il s'agit d'une part très élevée.





2 Contexte économique

L'économie québécoise s'est redressée au second semestre de 2025 (particulièrement au 3^e trimestre) après une contraction de 2,9 % au 2^e trimestre (taux annualisé). Les perspectives économiques ont d'ailleurs été révisées à la hausse au courant de l'automne.

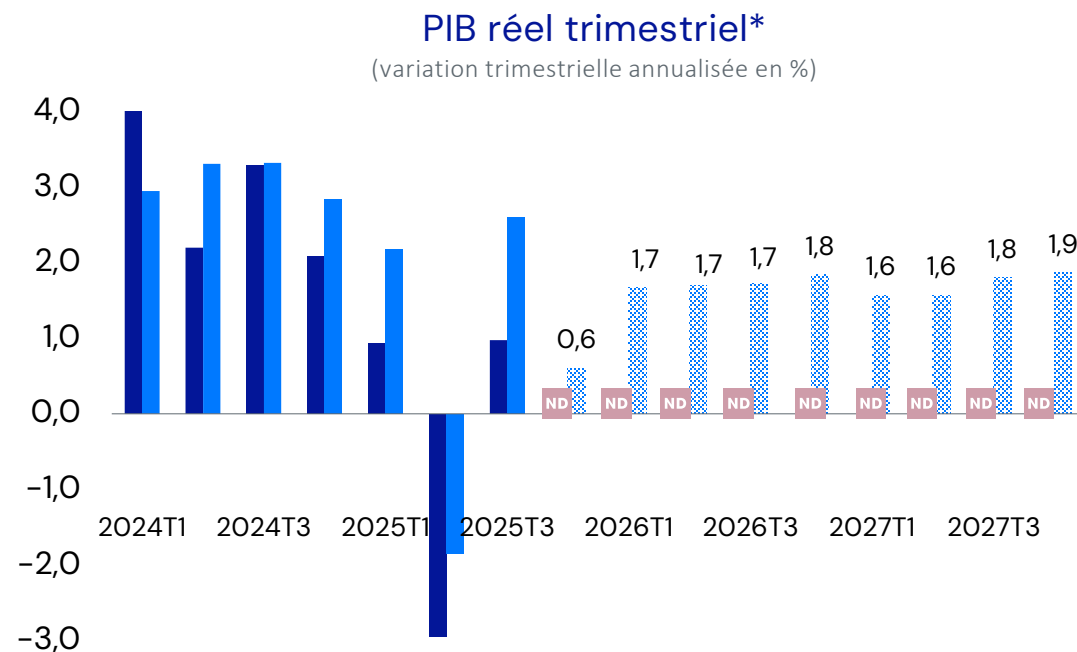
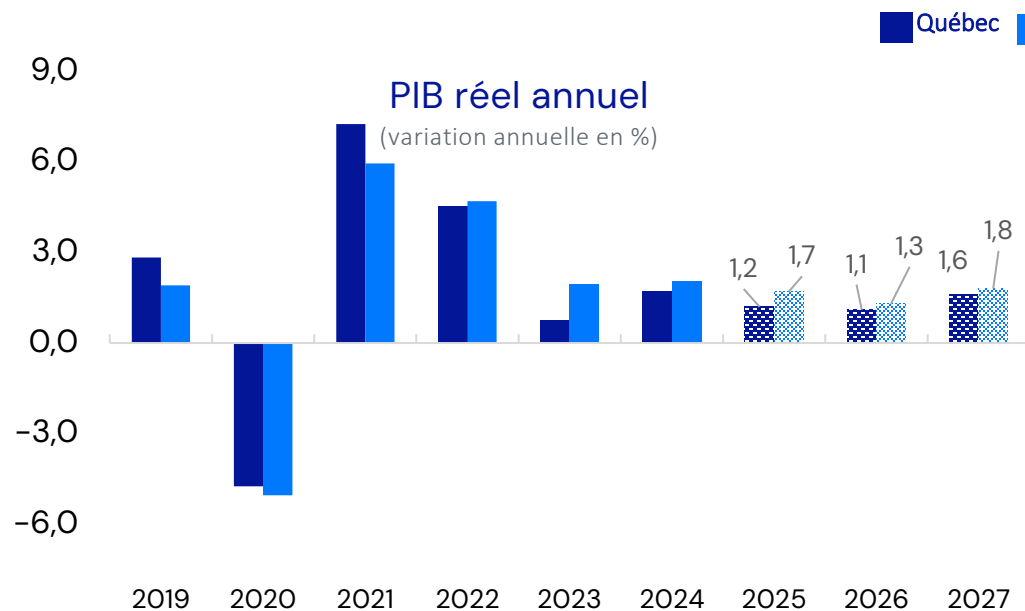
Le Québec a ainsi terminé l'année avec le taux de chômage le plus faible au Canada (5,4 % en décembre 2025).

Croissance économique

Données historiques et moyennes des prévisions des institutions financières (janvier 2026)

L'économie canadienne a fait preuve d'une résilience remarquable en 2025. Rares sont ceux qui auraient pu prévoir la performance positive du marché de l'emploi et de la bourse à pareille date l'année dernière. Il n'en demeure pas moins que la guerre commerciale pèse davantage sur l'économie québécoise que sur celle du Canada dans son ensemble.

L'économie québécoise a évité la récession en se redressant au 2^e semestre de 2025. La croissance du PIB réel est passée de -2,9 % au 2^e trimestre à 1,0 % au 3^e trimestre de 2025. Les perspectives économiques ont été révisées de nouveau au courant de l'automne. Ainsi, la moyenne des prévisions des principales institutions financières canadiennes concernant la croissance économique du Québec en 2025 est passée de + 0,7 % (prévisions d'avril 2025), à + 0,9 % (octobre) et à +1,2 % en janvier 2026.



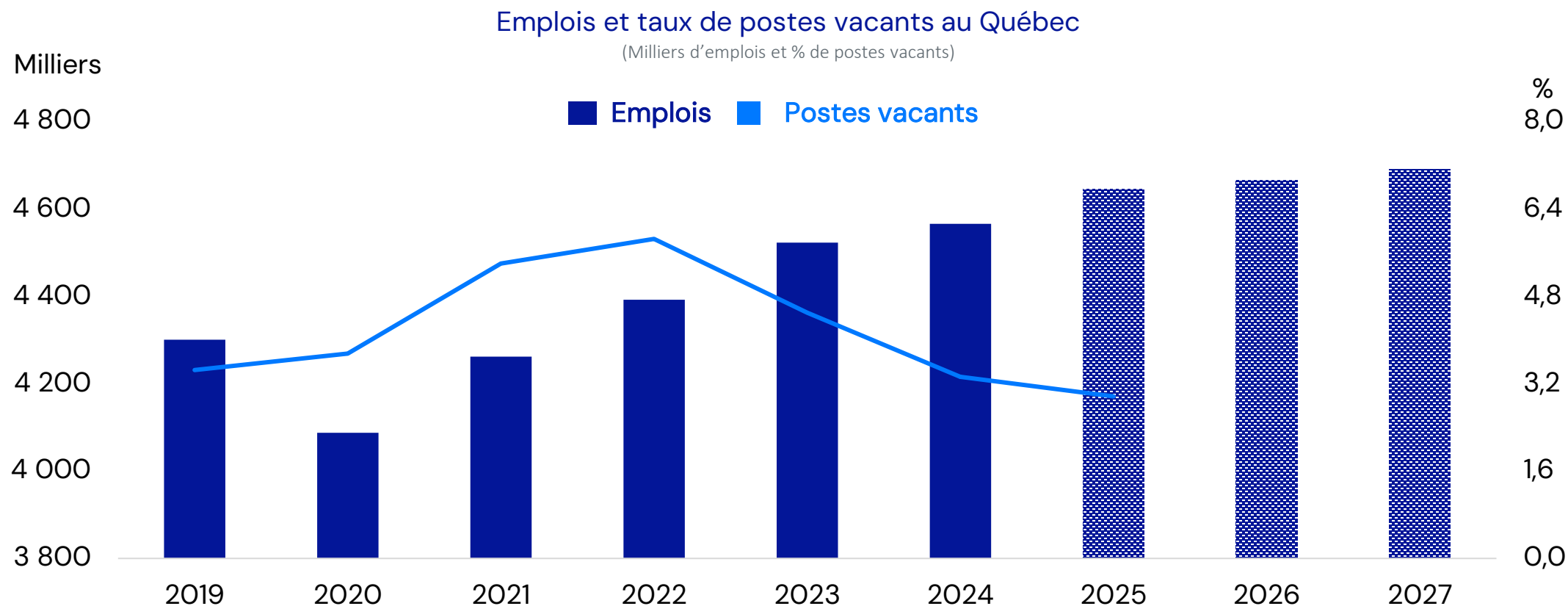
* Les institutions financières ne publient pas de prévisions trimestrielles pour le Québec.
Sources : Statistique Canada, Institut de la statistique du Québec, BMO, RBC, Scotia, CIBC, TD, BNC et Desjardins



Données historiques et moyennes des prévisions des institutions financières (janvier 2026)

Le marché de l'emploi s'est redressé à la fin de 2025 de manière à enregistrer un gain net entre décembre 2024 et décembre 2025 : + 45 000 emplois au Québec et + 226 300 au Canada. Le taux de chômage a d'ailleurs reculé au Québec de 5,6 % à 5,4 % au cours de cette période (il a légèrement augmenté au Canada de 6,7 à 6,8 %).

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.





Inflation et taux d'intérêt

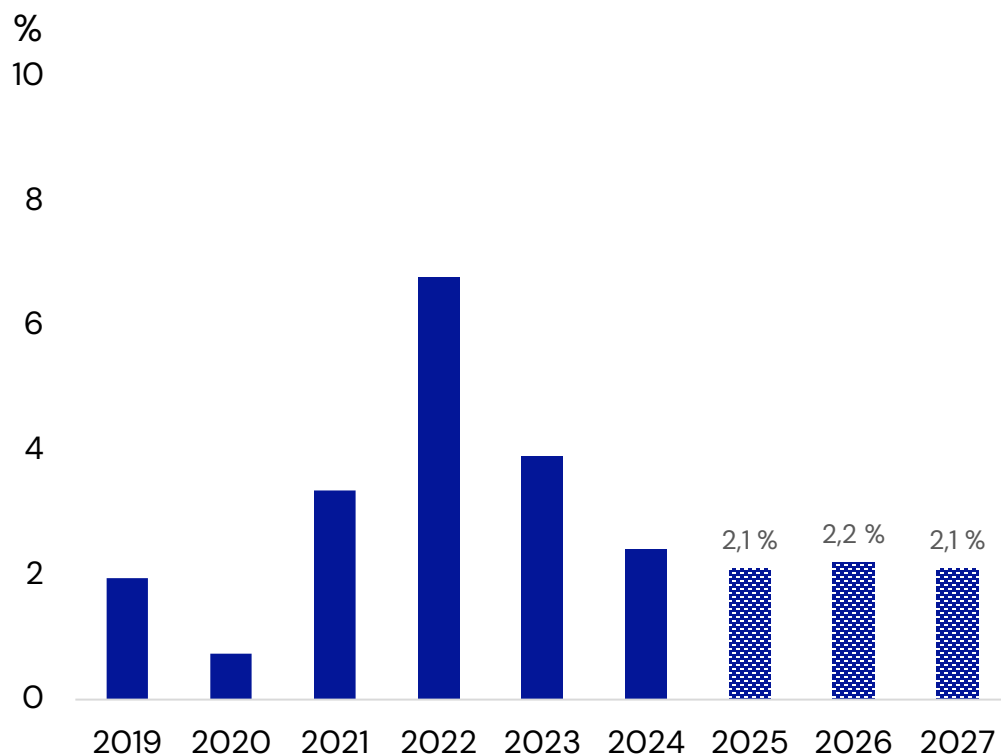
Données historiques et moyennes des prévisions des institutions financières (janvier 2026)

La Banque du Canada a maintenu son taux cible du financement à un jour à 2,25 % lors de sa dernière annonce (10 décembre 2025). Elle juge que le taux actuel se situe à un niveau approprié pour maintenir l'inflation près de la cible de 2 %, tout en accompagnant l'économie dans sa période d'ajustement structurel.

Les prévisionnistes des principales institutions financières canadiennes s'attendent à ce qu'elle maintienne le taux cible du financement à un jour à ce niveau au cours des trois prochains trimestres.

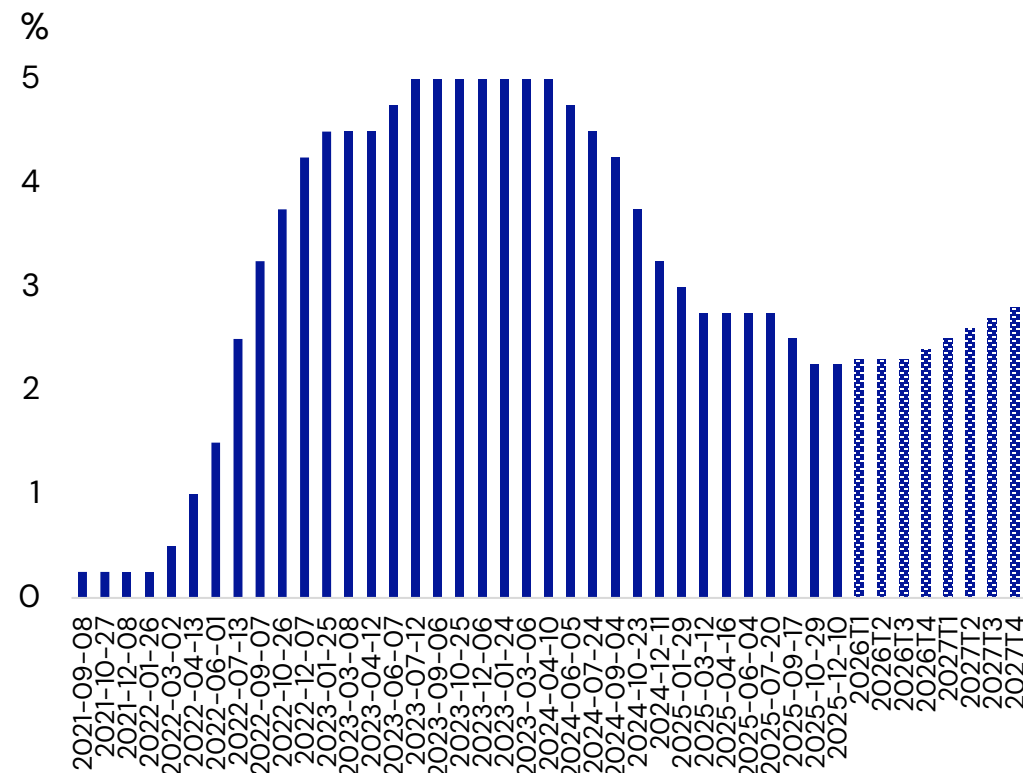
Taux d'inflation

(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 est supérieure à la moitié 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. Après un rebond au 3^e trimestre, les prévisionnistes s'attendaient à une faible croissance au 4^e trimestre de 2025.



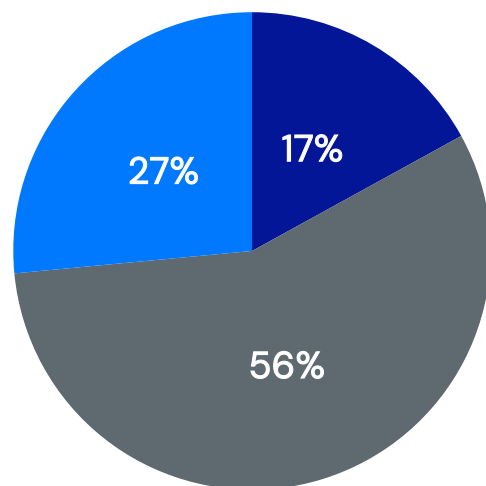
Attentes du secteur touristique du Québec – Demande

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

La part des entreprises touristique qui s'attendent à une diminution de leur demande au cours des 3 prochains mois a augmenté significativement : elle est passée de 11 % au 3^e trimestre à 27 % au 4^e trimestre. Cette détérioration provient principalement du sous-secteur de la Restauration où la part des entreprises qui s'attendent à une diminution de la demande est passée de 7 % à 31 % au cours de cette période.

Attentes du secteur – Demande

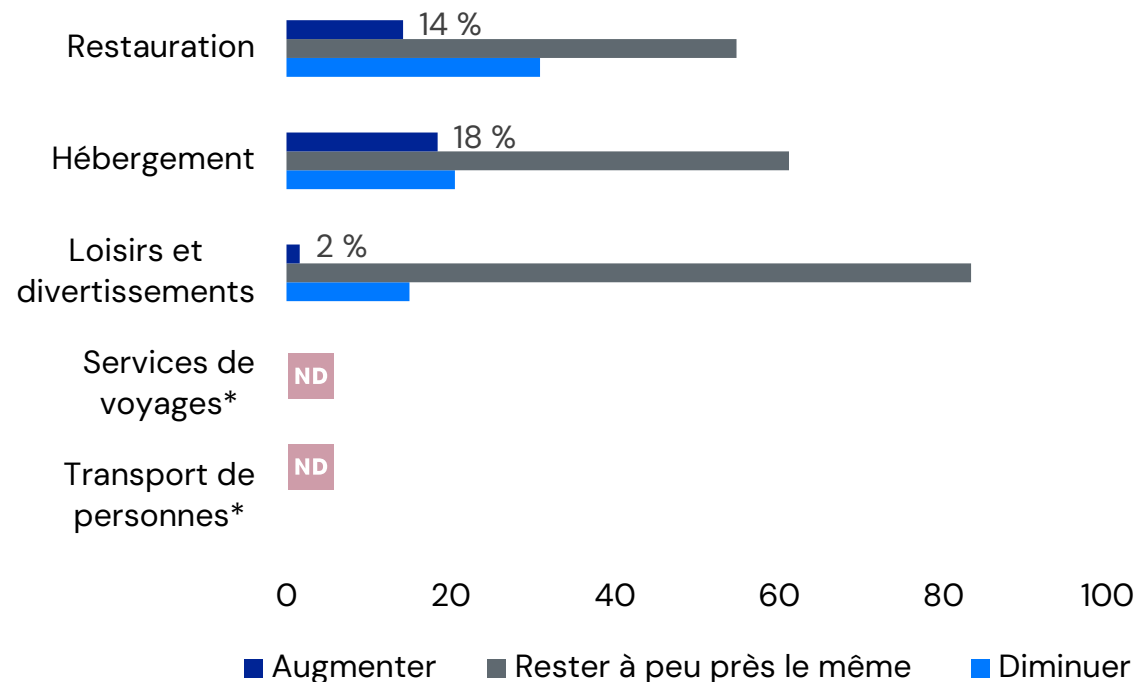
(% des entreprises au 4^e trimestre de 2025)



■ Augmenter ■ Rester à peu près la même ■ Diminuer

Attentes des sous-secteurs – Demande

(% des entreprises au 4^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)





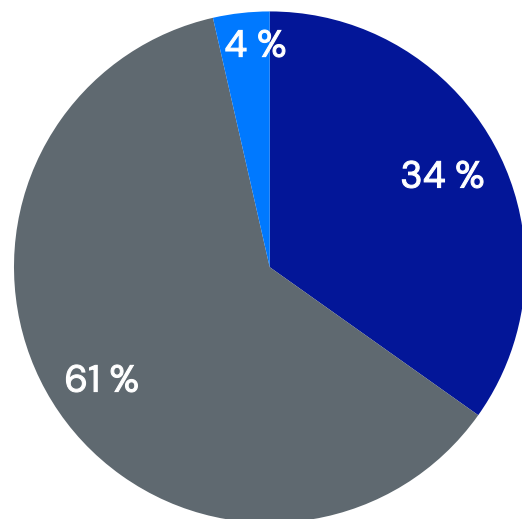
Attentes du secteur touristique du Québec – Prix de vente

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 semble avoir augmenté légèrement, de 25 % à 34 % (une hausse qui s'avère toutefois statistiquement non significative). Cette augmentation provient en grande partie du sous-secteur de la Restauration où 43 % des entreprises s'attendaient au 4^e trimestre à une augmentation de leurs prix de vente au cours des trois prochains mois.

Attentes du secteur – Prix de vente

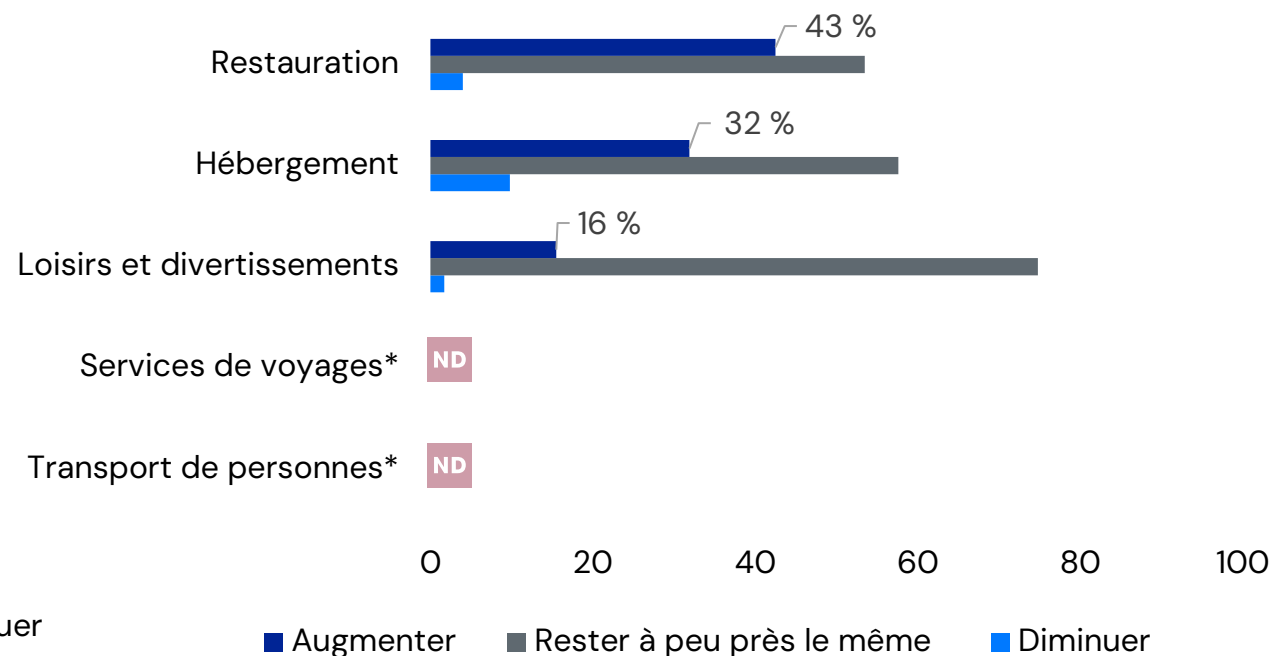
(% des entreprises au 4^e trimestre de 2025)



■ Augmenter ■ Rester à peu près la même ■ Diminuer

Attentes des sous-secteurs – Prix de vente

(% des entreprises au 4^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)





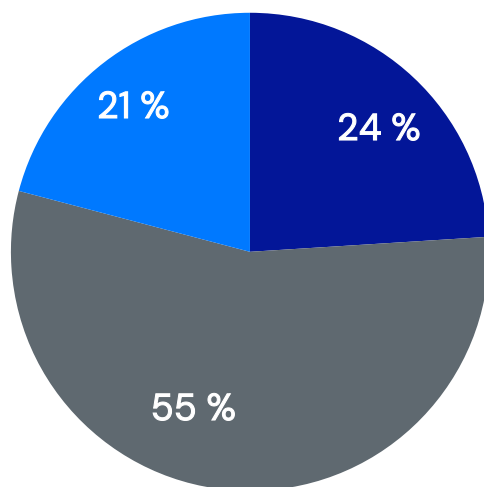
Attentes du secteur touristique du Québec – Revenus

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

La proportion des entreprises touristiques qui s'attendent à une augmentation de leurs revenus semble aussi avoir augmenté légèrement, de 18 % à 24 % (un écart qui s'avère statistiquement non significative). Cette augmentation provient en grande partie du sous-secteur des Loisirs et du divertissement où 33 % des entreprises s'attendaient au 4^e trimestre à une augmentation de leurs revenus au cours des trois prochains mois.

Attentes du secteur – Revenus

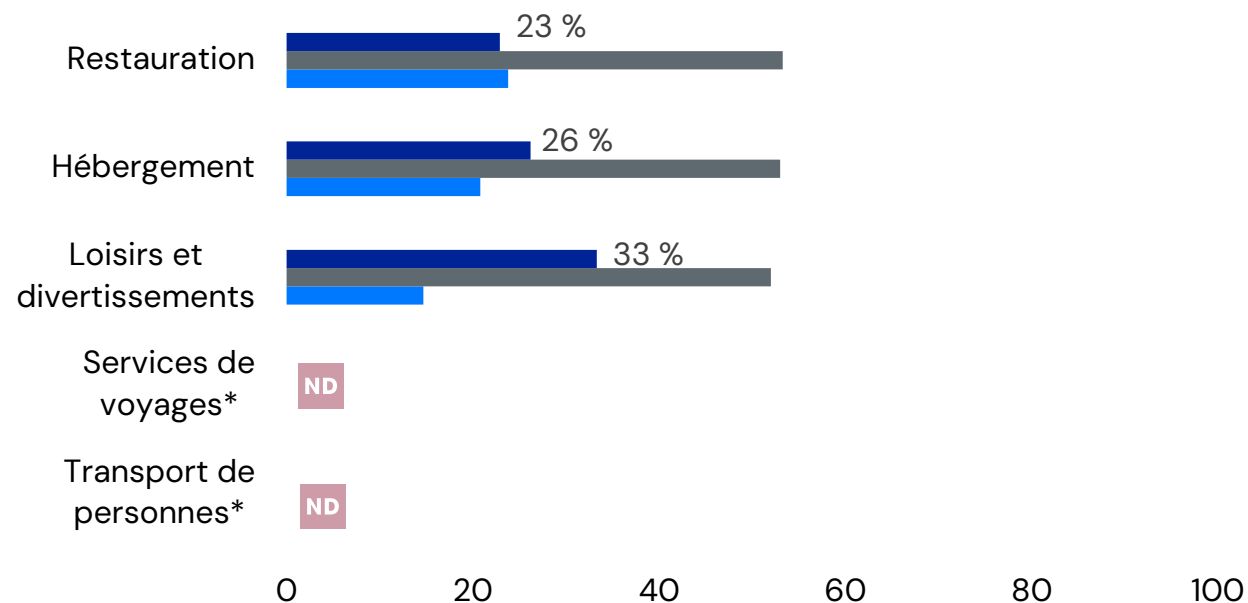
(% des entreprises au 4^e trimestre de 2025)



■ Augmenter ■ Rester à peu près la même ■ Diminuer

Attentes des sous-secteurs – Revenus

(% des entreprises au 4^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)





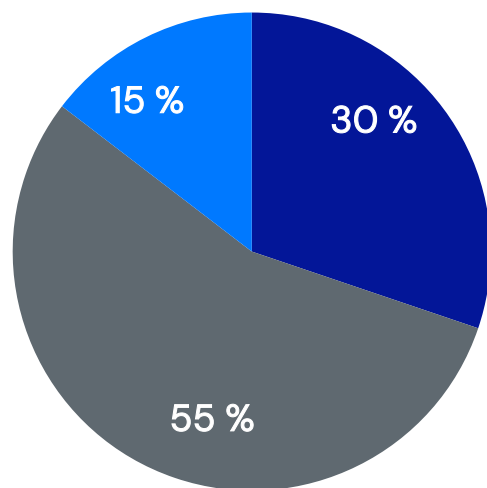
Attentes du secteur touristique du Québec – Dépenses

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

À l'échelle du secteur touristique, les attentes vis-à-vis les dépenses d'exploitation ont relativement peu changé. Toutefois, les parts des entreprises des sous-secteurs de la Restauration et de l'Hébergement qui s'attendent à une hausse de leurs dépenses ont légèrement augmenté. Il en va de même de la part de celles qui s'attendent à une diminution dans ces deux sous-secteurs.

Attentes du secteur – Dépenses

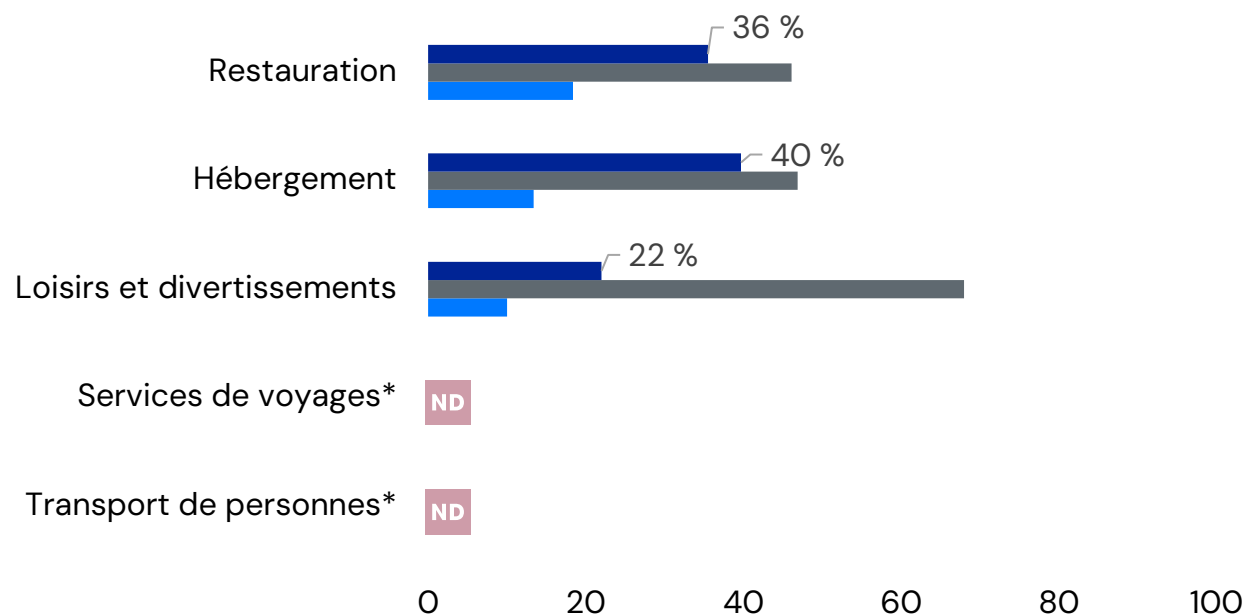
(% des entreprises au 4^e trimestre de 2025)



■ Augmenter ■ Rester à peu près la même ■ Diminuer

Attentes des sous-secteurs – Dépenses

(% des entreprises au 4^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)





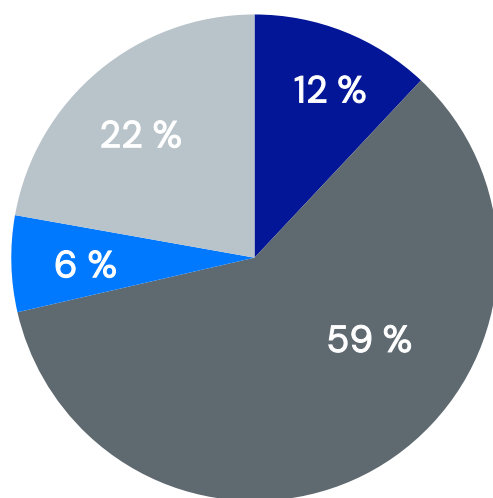
Attentes du secteur touristique du Québec – Investissements

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

Alors qu'elles se sont détériorées depuis le début de l'année 2025, les perspectives en matière d'investissement sont demeurées sensiblement les mêmes à l'échelle du secteur. Ceci camoufle, toutefois, une dynamique opposée au sein des sous-secteurs : les attentes à l'égard des investissements se détériorent au sein du sous-secteur de la Restauration (la part des entreprises qui s'attendent à une hausse est passée de 26 % à 13 %), mais s'améliorent au sein du sous-secteur de l'Hébergement (la part des ceux qui s'attendent à une hausse est passée de 8 % à 21 %).

Attentes du secteur – Dépenses en immobilisation

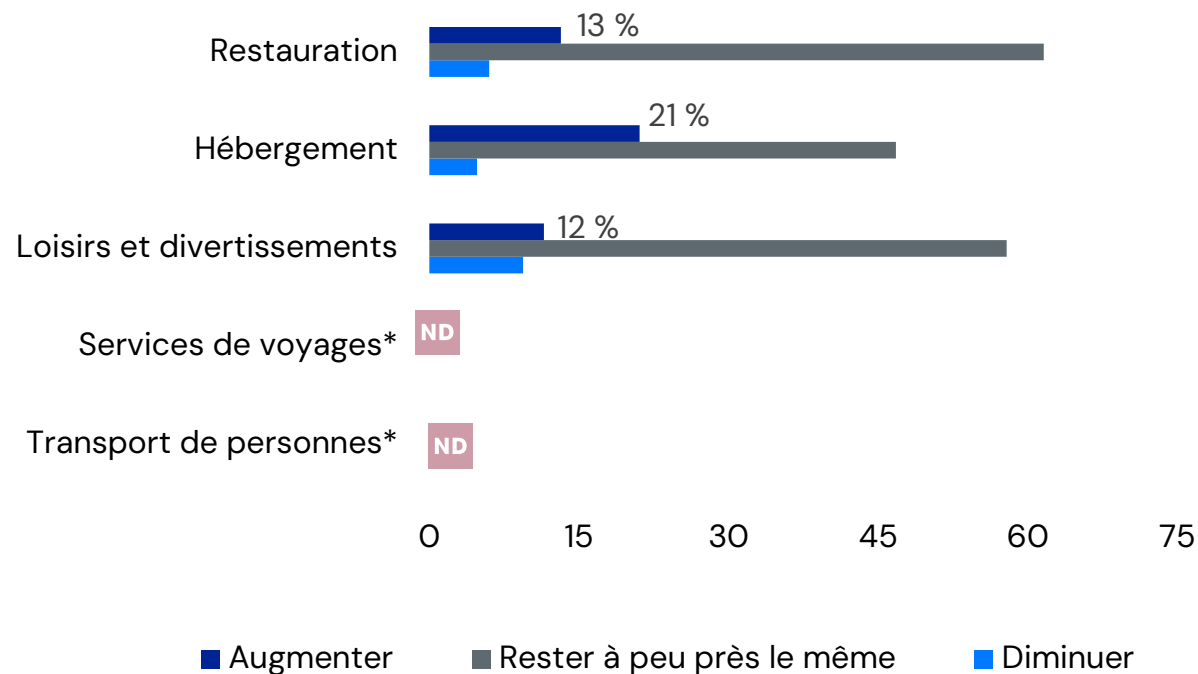
(% des entreprises au 4^e trimestre de 2025)



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

Attentes des sous-secteurs – Dépenses en immobilisation

(% des entreprises au 4^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)





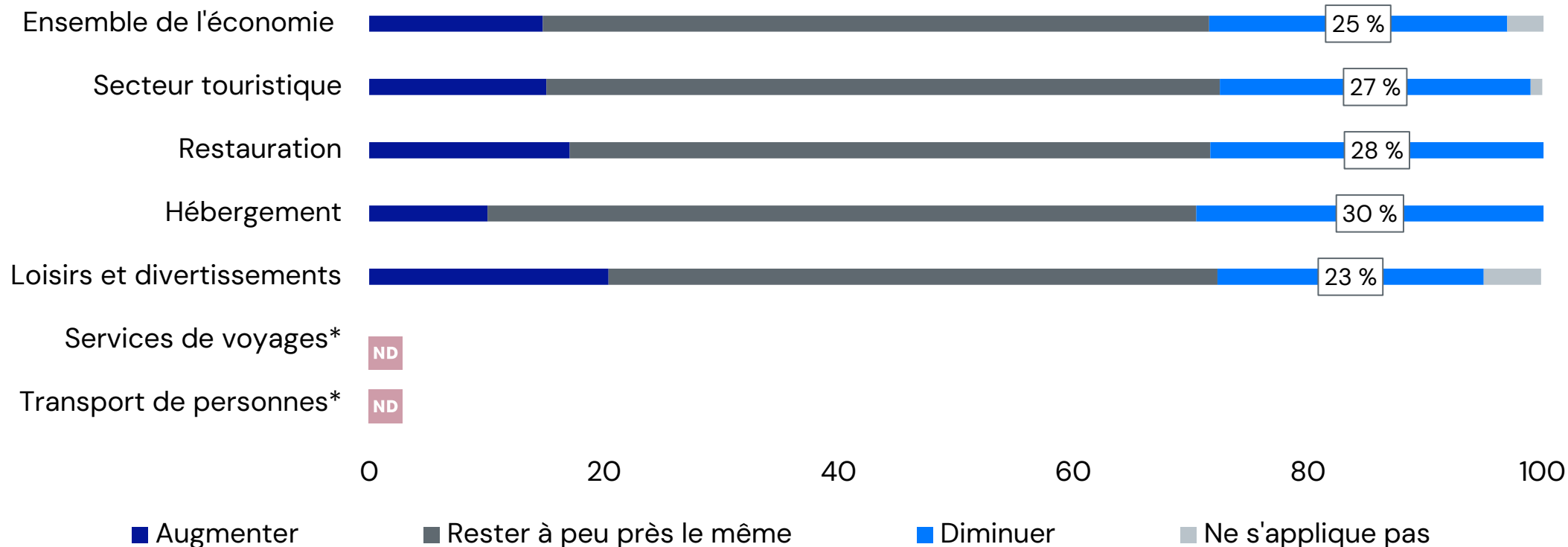
Attentes du secteur touristique du Québec – Rentabilité

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 sont demeurées sensiblement les mêmes par rapport au trimestre précédent. Notons, également, qu'elles se comparent à celles observées à l'échelle de l'ensemble de l'économie.

Rentabilité des entreprises et organismes touristiques

(% des entreprises au 4^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)





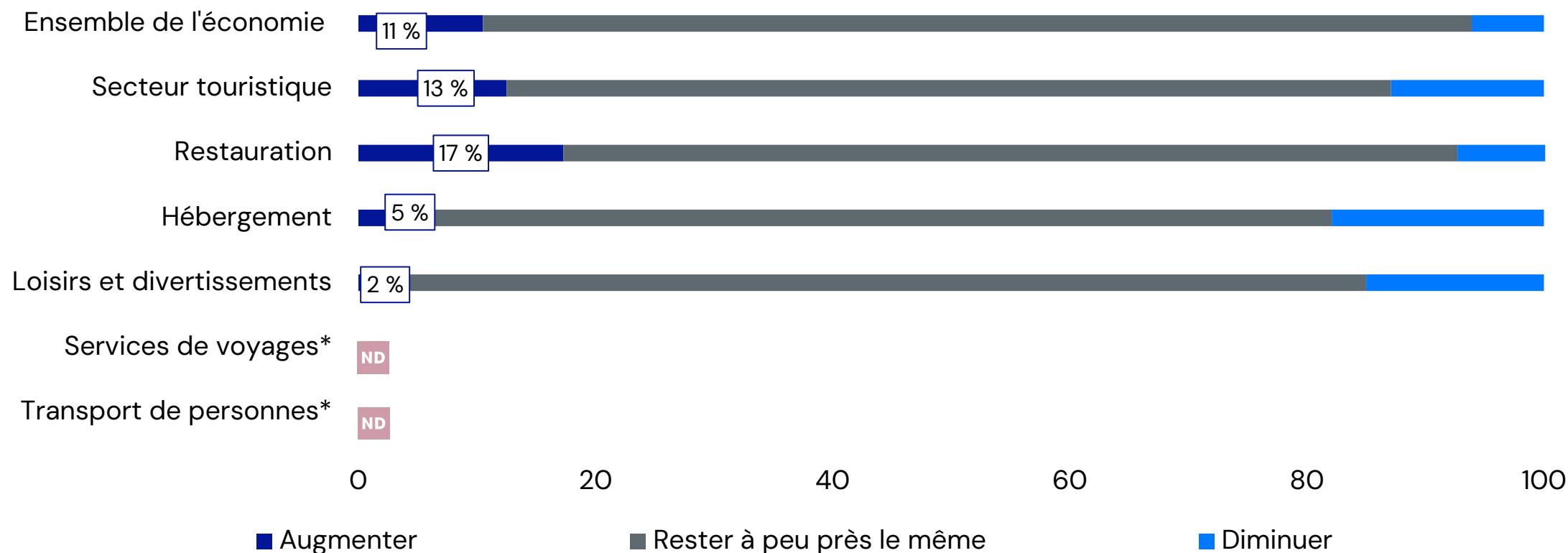
Attentes du secteur touristique du Québec – Nombre d'employés

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 améliorées légèrement. La part de celles qui prévoient embaucher davantage est passée de 3 à 13 % au cours du dernier trimestre. Ceci s'observe particulièrement dans les sous-secteurs de la Restauration où cette part est passée de 6 % à 17 %.

Nombre d'employés des entreprises et organismes touristiques

(% des entreprises au 4^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)





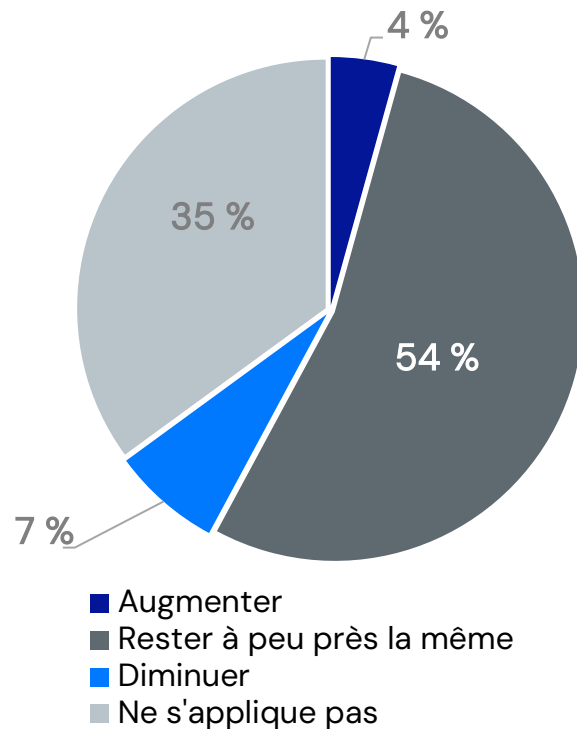
Attentes du secteur touristique du Québec – Postes vacants

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 (35 %) indique que la question sur les postes vacants « ne s'applique pas » à leur situation et une sur deux (54 %) n'anticipe pas de changement concernant le nombre de postes vacants au sein de leur entreprise.

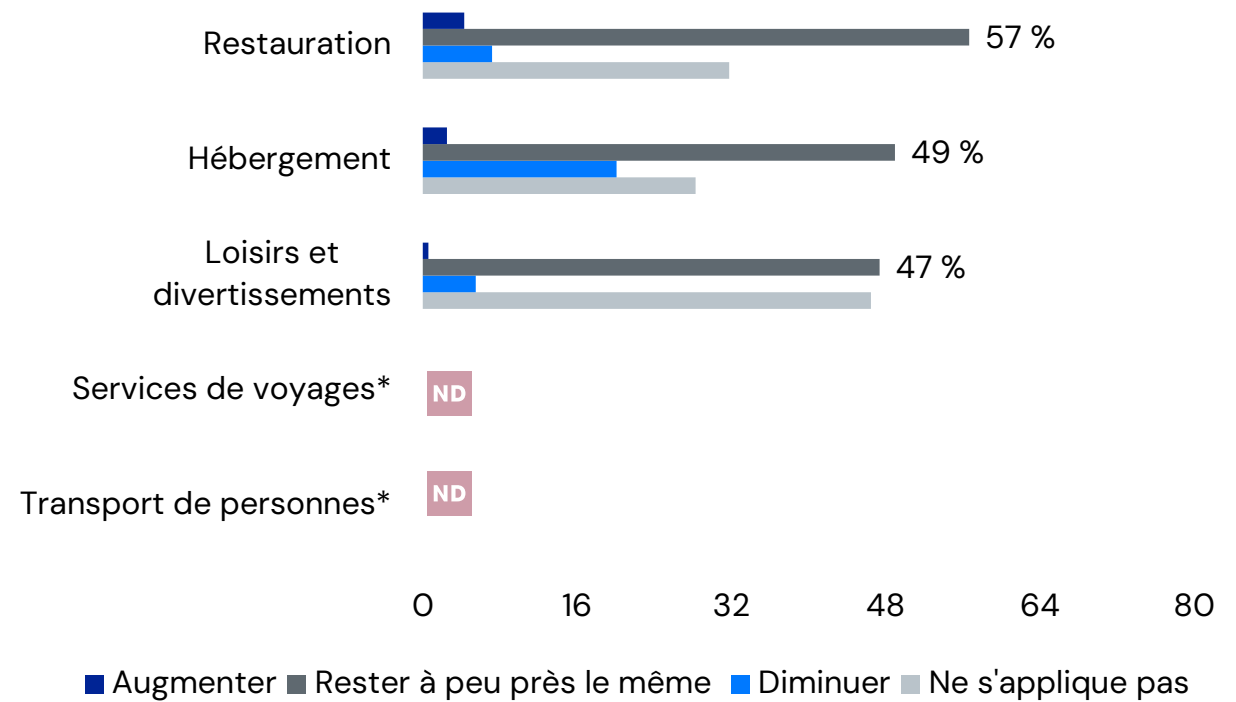
Attentes du secteur – Postes vacants

(% des entreprises au 4^e trimestre de 2025)



Attentes des sous-secteurs – Postes vacants

(% des entreprises au 4^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

Le *Recrutement d'employés qualifiés* et l'*Inflation* 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, 21 % ont répondu le *Recrutement d'employés qualifiés* et 16 % l'*Inflation*.

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



Enjeux du secteur touristique du Québec

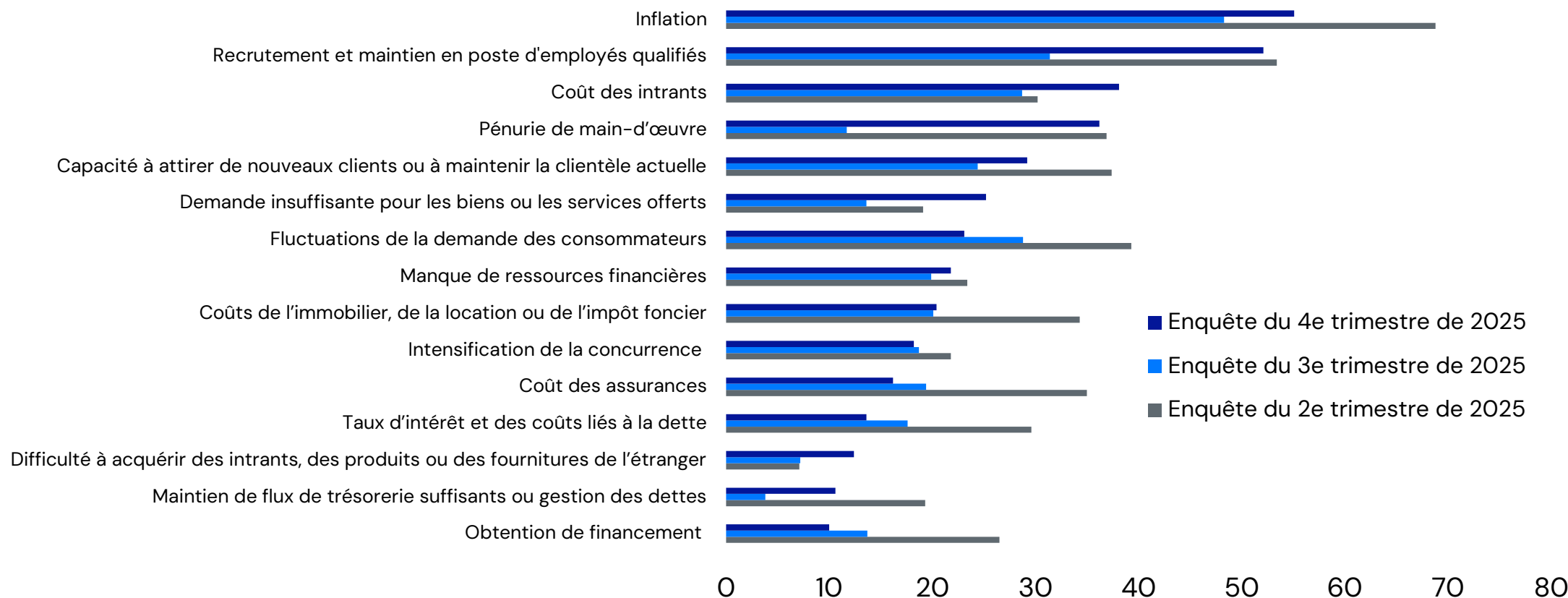
Au cours des trois prochains mois, lesquels des enjeux suivants pourraient constituer des obstacles pour votre entreprise ou organisme?

Les entreprises touristiques semblent subir davantage les principaux enjeux qu'au trimestre précédent: une part plus importante d'entre elles déclarent que ces enjeux (top 5) pourraient constituer un obstacle à leurs activités. De façon générale, il semble qu'il y a présentement plus de pression sur l'offre touristique qu'au trimestre précédent (saison automnale).

Les enjeux de l'*Inflation* et du *Recrutement et maintien en poste d'employés qualifiés* sont demeurés au 1^{er} et 2^e rangs des enjeux partagés par le plus grand nombre d'entreprises touristiques. L'enjeu du *Coût des intrants* est passé de la 4^e position à la 3^e position au cours du dernier trimestre. Celui de la *Pénurie de main-d'œuvre* a bondi de la 13^e à la 4^e position. L'enjeu de la *Capacité à attirer de nouveaux clients ou à maintenir la clientèle actuelle* est demeuré en 5^e position.

Enjeux des entreprises touristiques

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





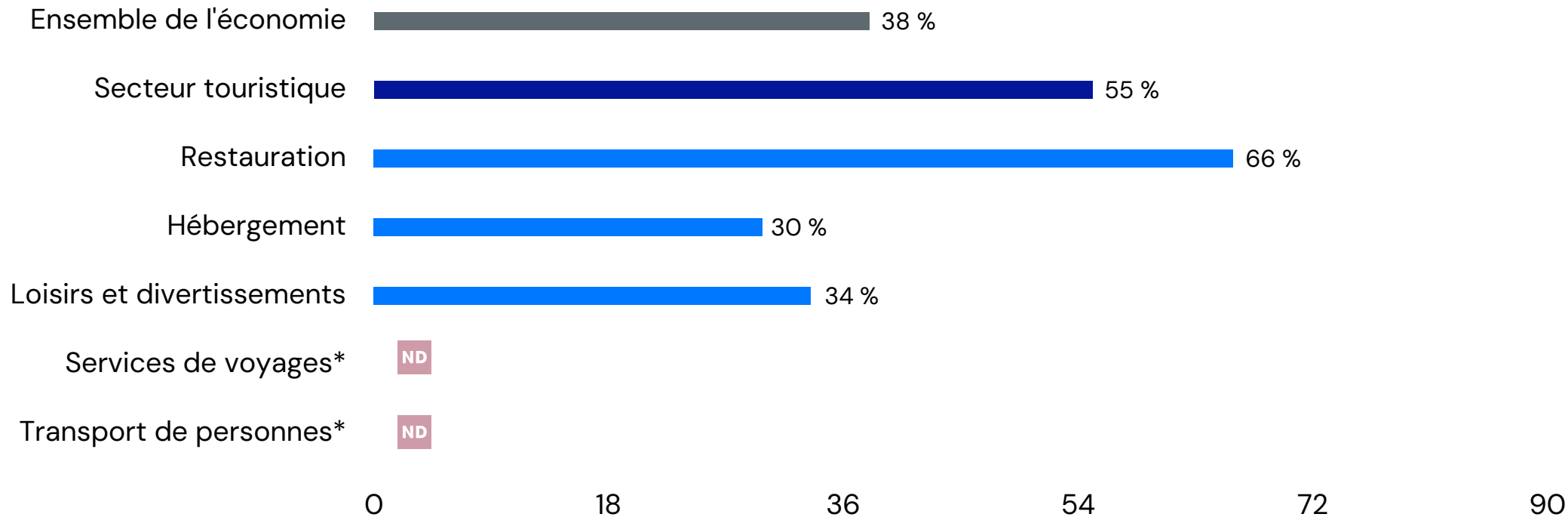
Enjeu # 1 : L'inflation

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 deux entrepreneurs sur trois considèrent qu'il pourrait constituer un obstacle à leurs opérations au cours des trois prochains mois.

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)





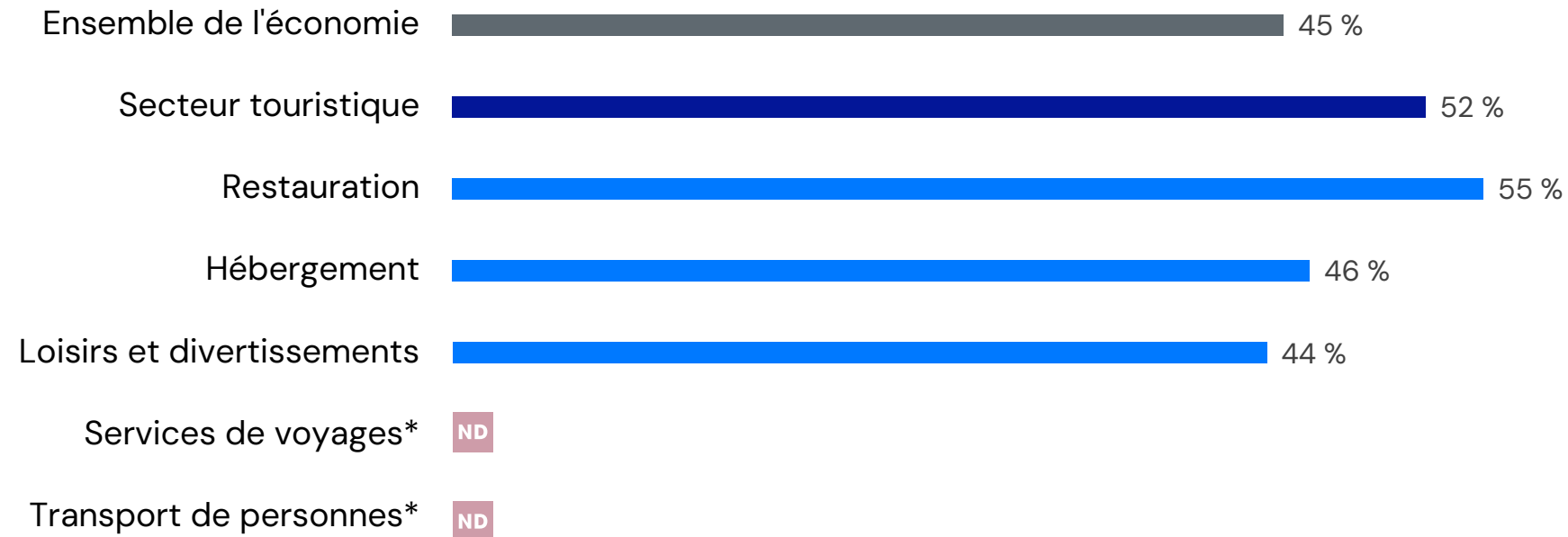
Enjeu # 2: Recrutement et maintien en poste

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 (52 %). Le sous-secteur touristique où cet enjeu semble le plus sévère est celui de la *Restauration*, où 55 % 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)





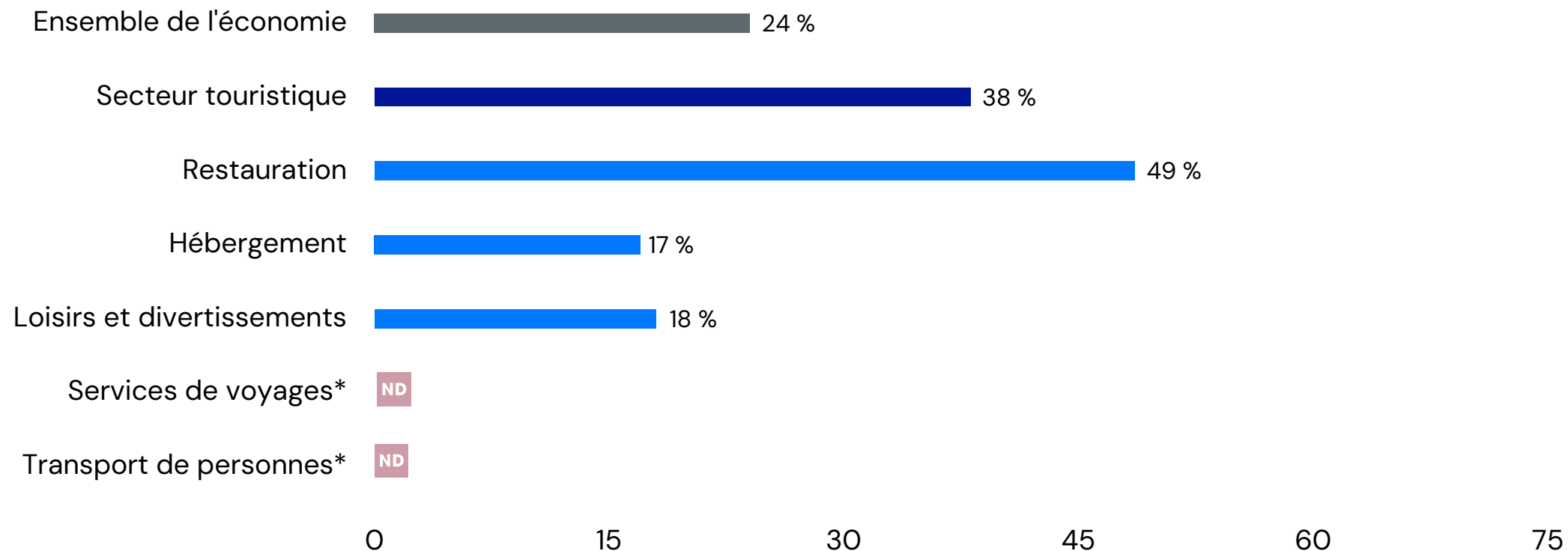
Enjeu # 3: Coût des intrants

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 est demeuré parmi le top 5 des obstacles les plus partagés par les entreprises touristiques au 4^e trimestre de 2025. Cet enjeu se situait en 8^e position au 2^e trimestre de 2025. Près de 4 entreprises sur dix (38 %) considèrent 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 (49%), soit deux fois plus d'entreprises – toute proportion gardée – que dans l'ensemble de l'économie (24 %).

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)





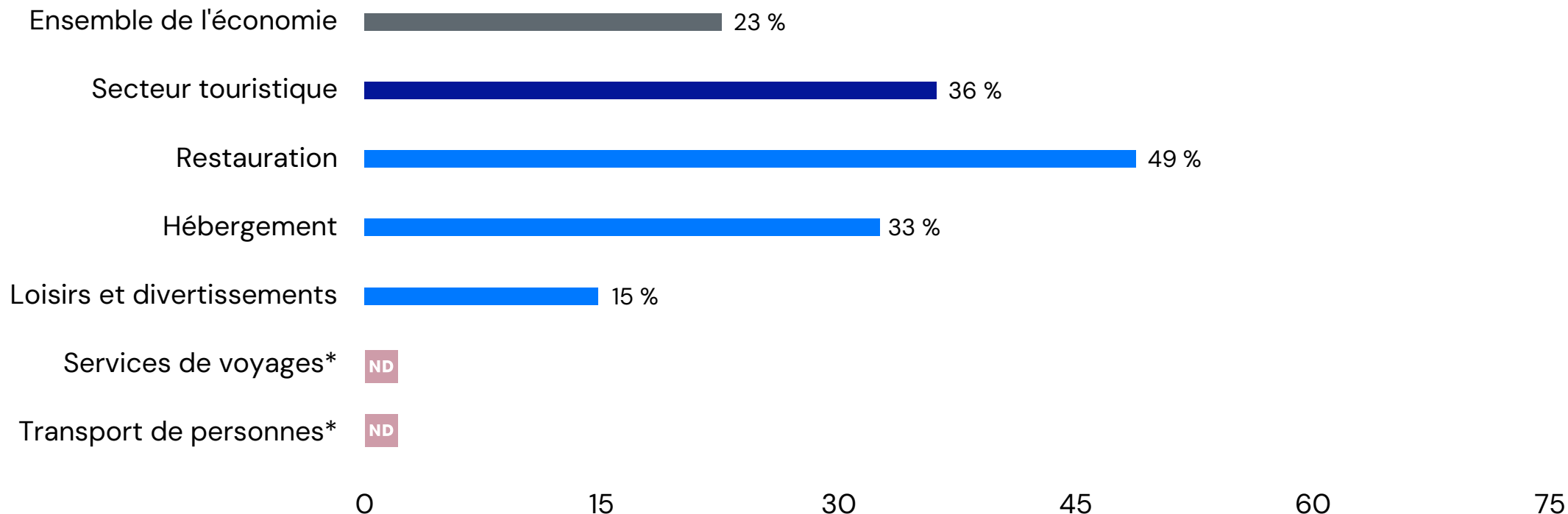
Enjeu # 4: Pénurie de main-d'œuvre

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 *Pénurie de main-d'œuvre* a bondi de la 13^e à la 4^e position des enjeux partagés par le plus grand nombre d'entreprises touristiques au 4^e trimestre de 2025, une position qui s'avère plus habituelle. Cet enjeu était passé de la 5^e position au 2^e trimestre de 2025 (37 %) à la 13^e position au 3^e trimestre (12 %) sous l'effet combiné de la contraction du PIB au 2^e trimestre et de la fin de la saison estivale.

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)





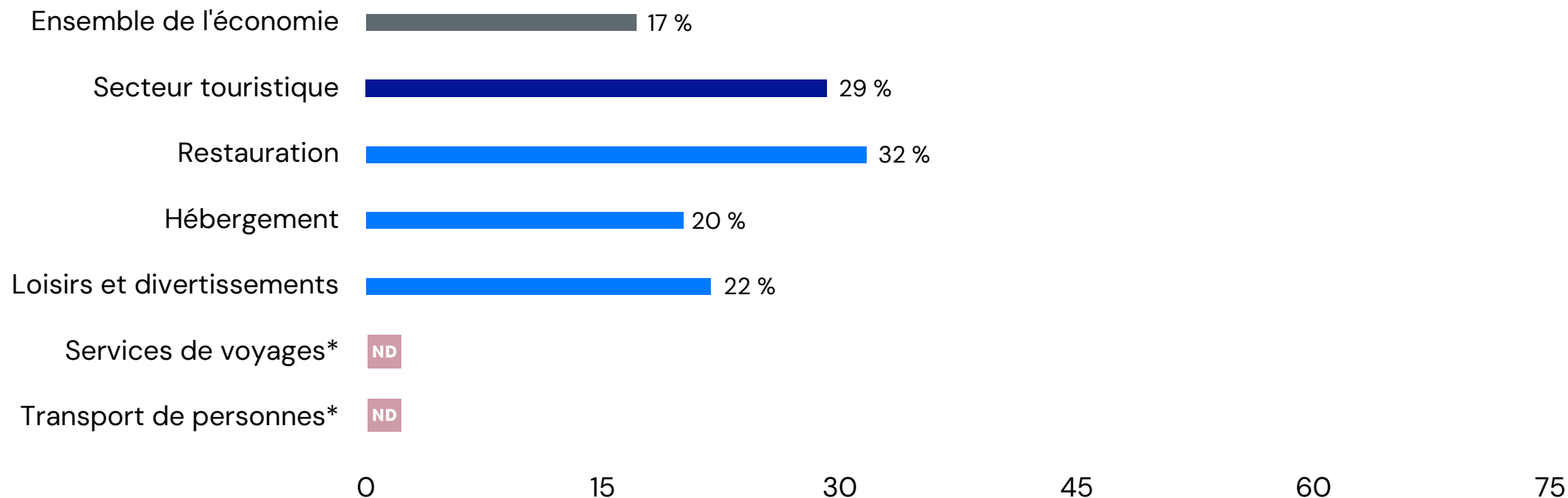
Enjeu # 5 : Attirer de nouveaux clients et maintenir la clientèle actuelle

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* s'est maintenu à la 5^e position des enjeux les plus partagés par les entreprises touristiques. Plus du quart des entreprises touristiques (29 %) 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 maintenue au cours du dernier trimestre. Sur la base des liquidités disponibles, la détérioration entre le 3^e et 4^e trimestre n'est pas statistiquement significative. De même, la capacité à s'endetter davantage des entreprises touristiques est demeurée sensiblement la même.



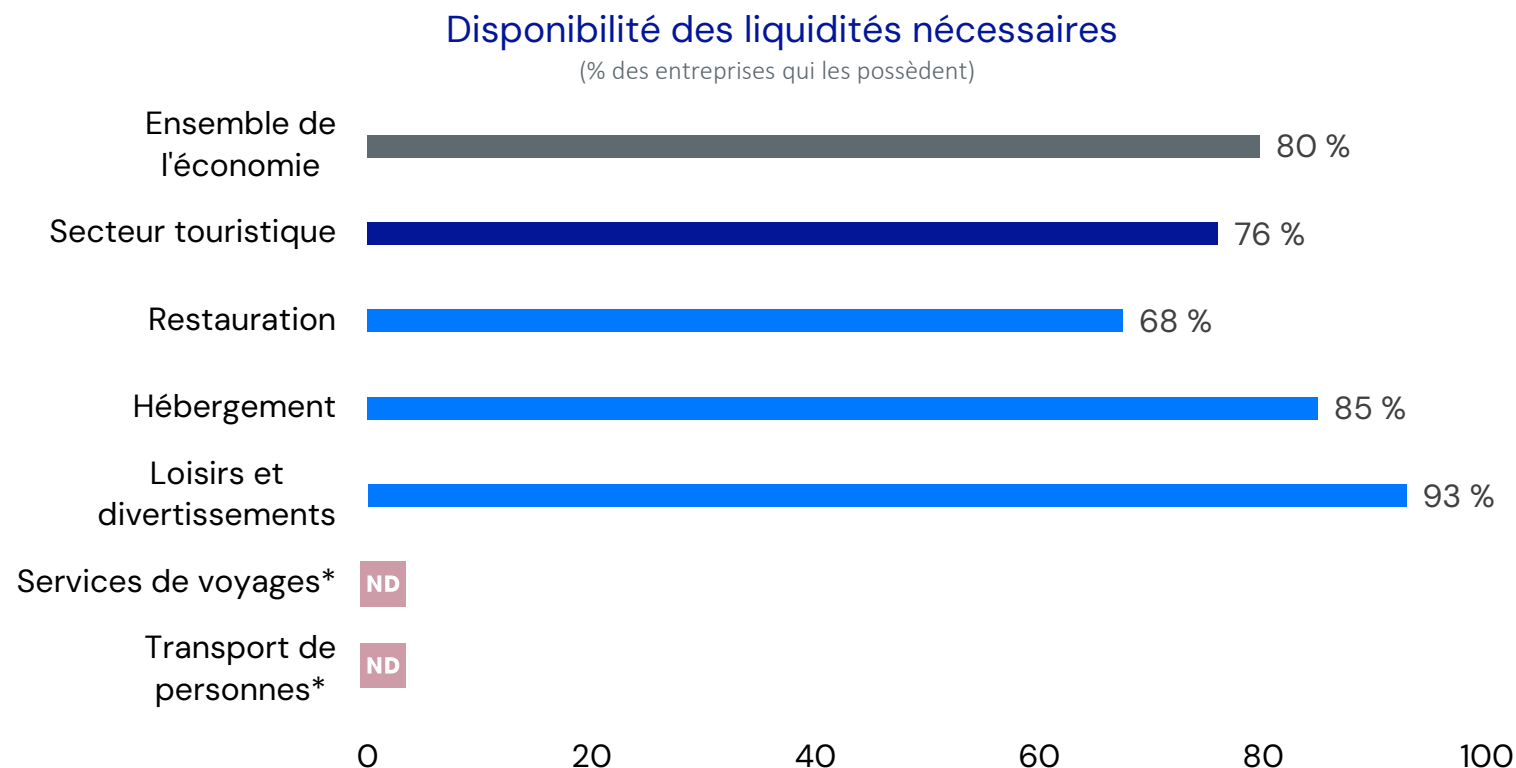
Santé financière du secteur touristique du Québec – Liquidités

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 semble s'être quelque peu détériorée, passant de 87 à 76 % (diminution statistiquement non significative). La part de celles qui déclarent ne pas être en mesure d'obtenir ces liquidités est demeurée sensiblement la même, passant de 3 % à 2 %.

2,4 % des entreprises et organismes du secteur touristique du Québec ne seront pas en mesure d'obtenir les liquidités nécessaires.

3,1 % 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)

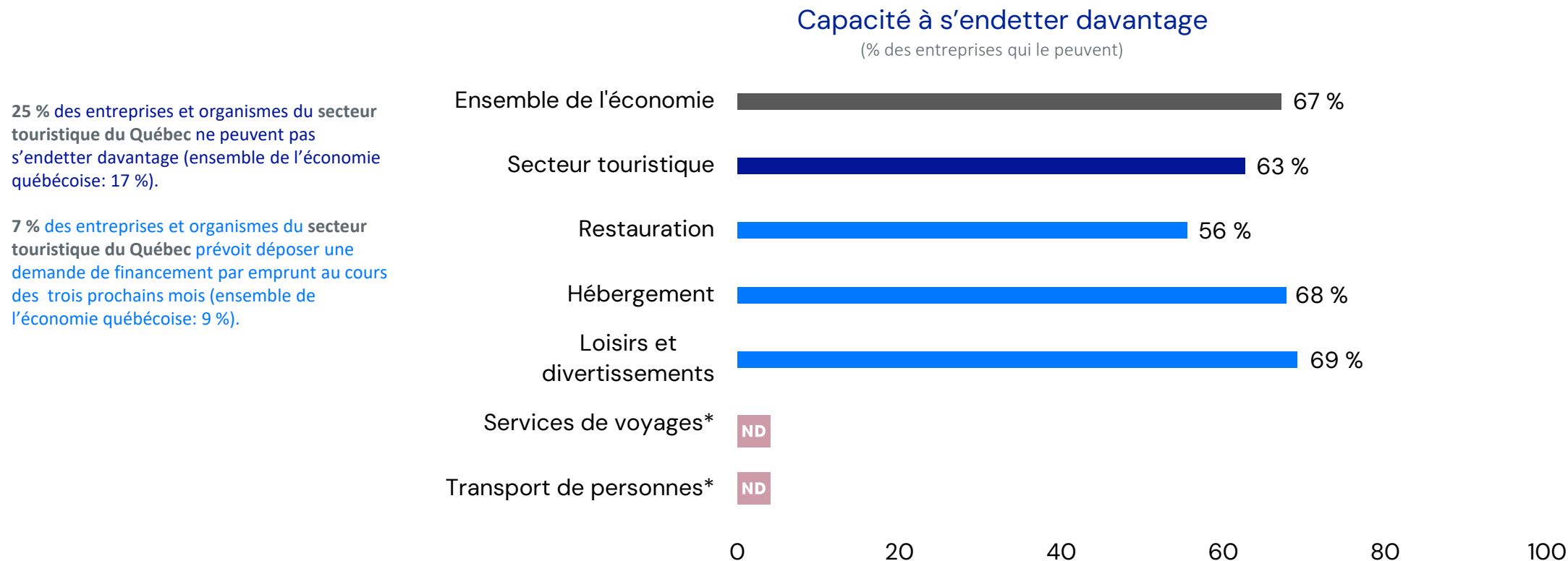




Santé financière du secteur touristique du Québec – Capacité à s'endetter

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. Plus d'une entreprise touristique sur deux (63 %) est en mesure d'augmenter ses emprunts comparativement à 67 % tous secteurs confondus. De même, plus du quart des entreprises touristiques (25 %) ne peuvent pas augmenter leurs emprunts, ce qui est semblable à la part des entreprises dans cette situation dans l'ensemble de l'économie (17 %) (l'écart n'est pas statistiquement significatif).



*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 a peu changé au cours du dernier trimestre.

Notons, toutefois, que le quart des entrepreneurs touristiques déclarent ne pas savoir ce que l'avenir leur réserve en 2026. Il s'agit d'une part très élevée.



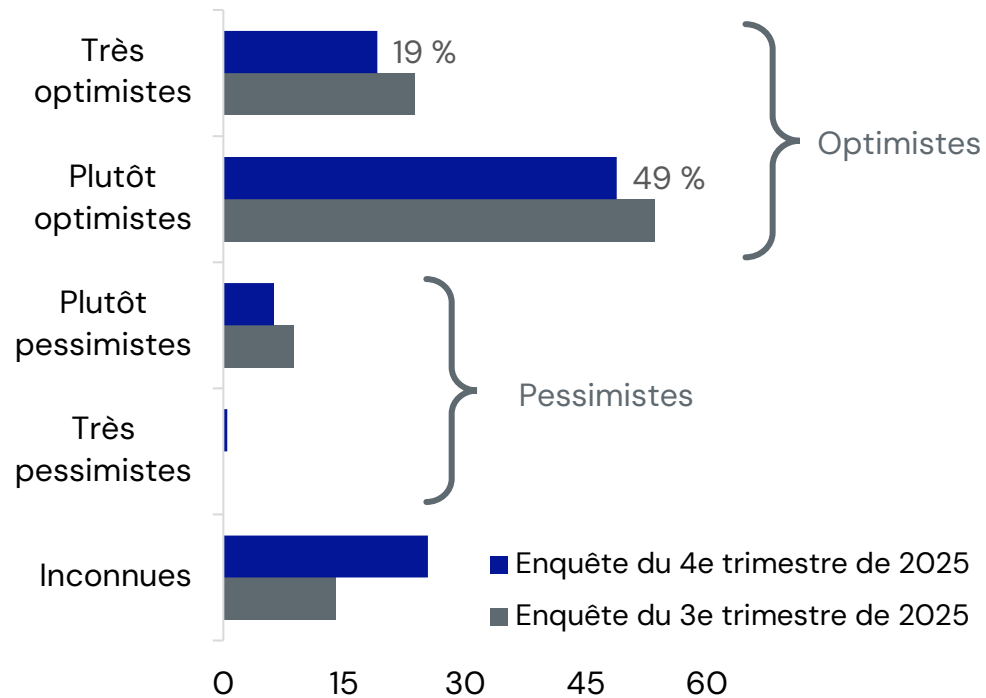
Confiance des entrepreneurs touristiques – Secteur

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 (68 %) s'est légèrement détérioré par rapport au trimestre précédent (77 %) – bien que l'écart ne soit pas statistiquement significatif. Notons que le quart des entrepreneurs touristiques du Québec (25 %) ont déclaré qu'il ne savait pas ce que l'avenir leur réservait en 2026. Il s'agit d'une part très élevée: il faut remonter au 1^{er} trimestre de 2023 – à la sortie de la pandémie – pour trouver un pourcentage comparable (21 %).

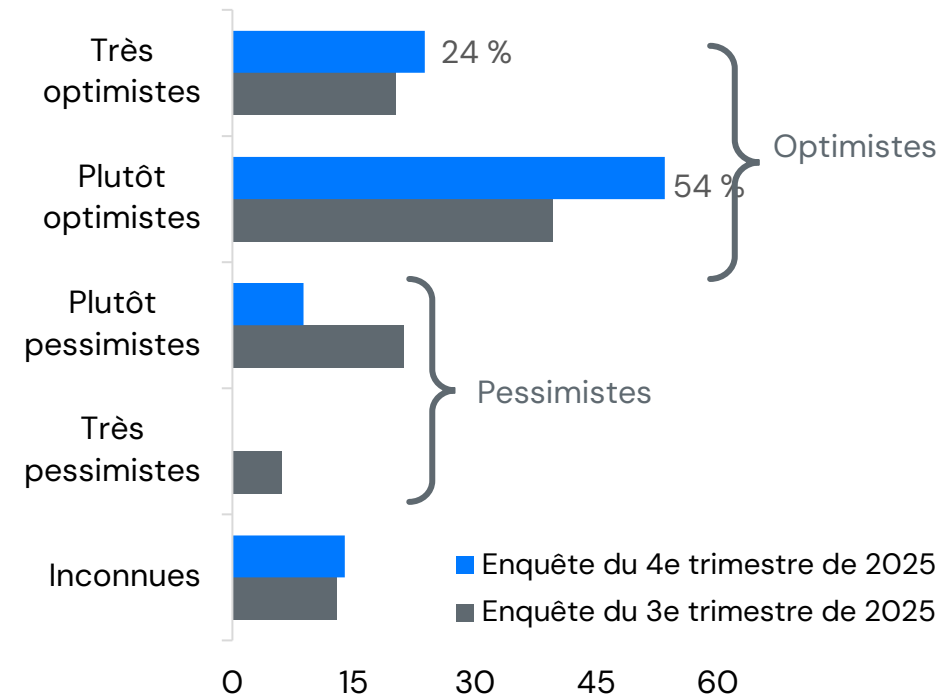
Perspectives d'avenir – Québec

(% des entreprises au 3^e trimestre de 2025 et au 4^e trimestre 2025)



Perspectives d'avenir – Canada

(% des entreprises au 3^e trimestre de 2025 et au 4^e trimestre 2025)





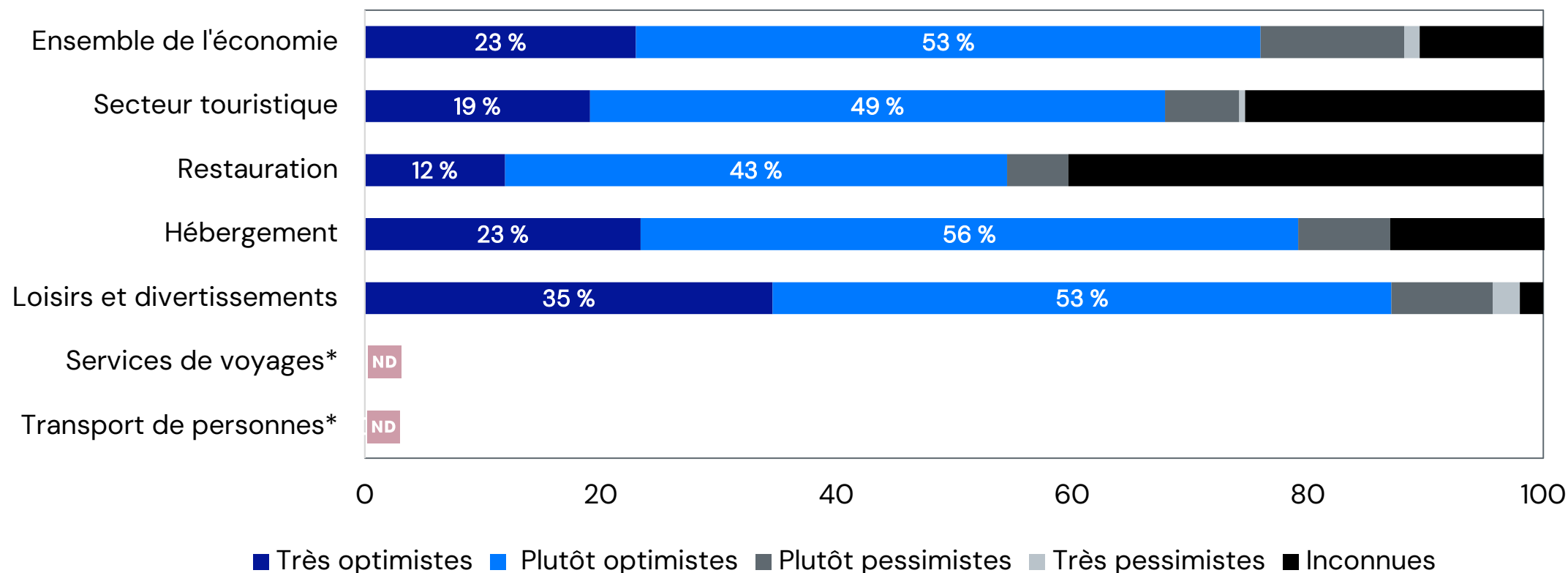
Confiance des entrepreneurs touristiques – Sous-secteurs

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

Le niveau d'optimisme semble s'être légèrement détérioré dans le secteur touristique du Québec, passant de 77 à 68 %, alors qu'il s'est maintenu à l'échelle de l'ensemble de l'économie (73 % à 76 %). Notons, toutefois, que ces changements ne sont pas suffisamment importants pour être qualifiés de statistiquement significatifs. La proportion élevée (25 %) d'entrepreneurs touristiques qui déclarent ne pas savoir ce que leur réserve l'avenir en 2026 semble provenir principalement du sous-secteur de la Restauration où près de la moitié des entrepreneurs (40 %) l'affirment.

Perspectives d'avenir des entreprises touristiques du Québec

(% des entreprises au 4^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, quatrième 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} octobre et le 5 novembre 2025.

Les résultats de cette enquête sont basés sur les réponses 9 129 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 1 624 répondants à l'échelle du Canada et de 245 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

