

Février 2026

Guide de communication

La suite du projet de sensibilisation et d'éducation quant aux impacts des prévisions météorologiques sur les activités touristiques québécoises

Table des matières

Messages-clés sur la campagne météo.....	2
Statistiques.....	2
Communiqué de presse (à venir)	3
Moments clés	3
Foire aux questions	5

Messages clés sur la campagne météo

Mise en contexte

L'industrie touristique rappelle que la météo ne devrait pas dicter notre plaisir.

La campagne aide les gens à mieux comprendre les prévisions et à s'y préparer plutôt qu'à annuler leurs plans.

Message principal

La météo, ce n'est pas une raison pour annuler ses plans — c'est un outil pour mieux se préparer. *sauf en cas de condition extrême*

La température ressentie sert à choisir comment s'habiller, pas à décider si on sort.

Peu importe la température, l'important c'est le bonheur ressenti.

Soyez curieux, apprenez à bien les interpréter et voir plus loin que seulement l'icône

Impacts sur l'industrie

Les annulations météo ont un impact réel sur les entreprises touristiques.

Avertir (surtout d'avance) les entreprises lorsqu'on doit annuler fait une grande différence.

Clôture

En hiver, la météo fait partie du plaisir : sortez, profitez, adaptez-vous!

Statistiques

Impacts des prévisions météo sur les entreprises touristiques

Selon un sondage de l'Alliance auprès de ses membres :

- 2 entreprises sur 3 croient que les prévisions météo ont un impact négatif sur leur chiffre d'affaires. L'annulation d'activités touristiques nuit directement aux opérations et compromet la rentabilité des entreprises.
- 49 % des entreprises [qui croient que les prévisions météo ont un impact négatif sur leurs chiffres d'affaires] doivent diminuer le nombre d'employés la veille ou le jour même à cause d'un achalandage différent de celui qui était prévu.

Tous les détails du RADAR ici : <https://alliancetouristique.com/wp-content/uploads/2024/12/leradar-octobre2024.pdf>

Est-ce que les Québécois et Québécoises consultent régulièrement les prévisions météo?

Les prévisions météorologiques sont régulièrement consultées pour organiser la vie quotidienne et mieux anticiper les répercussions sur les loisirs, la vie sociale et les déplacements.

Les résultats d'un sondage Léger^[1] confirment cette tendance :

- 53 % des Québécois se renseignent sur les prévisions météorologiques au moins une fois par jour;
- 91 % les consultent avant de s'adonner à un loisir ou un divertissement;
- 72 % ont déjà modifié leurs plans en raison des prévisions.
- Selon l'activité, 44 % à 67 % des Québécois ne préviennent pas les entreprises touristiques en cas de changement de plan malgré une réservation.

Lien vers le sondage : <https://alliancetouristique.com/wp-content/uploads/2024/12/rapportleger-meteo-oct2024.pdf>

Communiqué de presse (à venir)

Moments clés

Voici quelques messages positifs en lien avec la météo que vous pouvez utiliser pour réagir à certains moments clés pour valoriser les expériences touristiques.

Thématique / événement	Thème du message
Redoux	<p>C'est le temps de marcher, de sortir prendre l'air et d'apprécier la douceur de la température... avant les prochains flocons!</p> <p>Même en plein hiver, ces quelques journées plus douces nous donnent une belle occasion de bouger dehors et de savourer un peu de soleil.</p> <p>C'est le type de journée qui nous rappelle que l'hiver n'est jamais tout à fait figé : on peut respirer, marcher, et apprécier le temps clément.</p> <p>Les températures plus douces sont parfaites pour faire une pause à l'extérieur. Il faut apprécier le contraste!</p>
Jour de la marmotte	<p>Qu'elle voie son ombre ou pas, l'hiver est là pour être vécu. Chaque jour est une bonne occasion de sortir!</p> <p>Le jour de la marmotte nous rappelle que l'hiver peut encore durer, mais ça ne change rien : même si l'hiver se prolonge, chaque journée</p>

^[1] <https://alliancetouristique.com/wp-content/uploads/2024/12/rapportleger-meteo-oct2024.pdf>

	<p>est une opportunité pour respirer l'air frais, se dégourdir et apprécier les paysages hivernaux.</p> <p>La marmotte voit son ombre ou pas, mais pour nous, l'important est de profiter de chaque moment dehors, car l'hiver se vit pleinement.</p>
Tempête de neige	<p>On redessine le paysage hivernal, l'hiver est spectaculaire. Ralentissez et observez la magie!</p> <p>Les tempêtes de neige nous rappellent que l'hiver est une saison à vivre pleinement. Prenez le temps de sortir, regarder autour de vous et profiter de ce spectacle naturel.</p> <p>Privilégiez les déplacements dans la nature et non sur les routes!</p>
Vague de froid	<p>Le froid vif réveille les sens! Habillez-vous, vivez l'expérience, bougez et sentez l'énergie de l'hiver!</p> <p>Une vague de froid, c'est l'occasion de vraiment sentir l'hiver. Avec les bons vêtements, chaque sortie devient une expérience vivifiante.</p> <p>C'est aussi un sentiment de fierté que de l'affronter... et ensuite aller se réchauffer!</p>
Bonne accumulation de neige	<p>Quand la neige tombe doucement, l'hiver ralentit le rythme. Profitez-en pour sortir et laissez les premières traces!</p> <p>Quand la neige recouvre tout, chaque coin du quartier ou du parc se transforme. Prenez le temps d'observer et de vivre la magie de cette blancheur hivernale.</p> <p>La neige fraîche redessine tout autour de nous. C'est le moment parfait pour respirer l'air froid, marcher et apprécier la beauté de l'hiver.</p>
Verglas/Grésil	<p>Les journées grises font partie de l'expérience hivernale. C'est l'occasion de savourer le confort et de contempler l'hiver autrement.</p> <p>Le verglas ou le grésil transforme les rues et trottoirs, il faut donc ralentir et rester prudents. Mais en même temps, c'est fascinant de voir la nature créer ce décor hivernal si particulier.</p> <p>L'hiver est toujours capable de nous surprendre: c'est une belle opportunité pour ressentir l'hiver différemment : écouter la glace craquer sous nos pas et admirer ce décor unique.</p> <p>Cette température nous offre la possibilité de ralentir, autant en profiter!</p>
Nuit très froide	<p>Les nuits d'hiver sont lumineuses et apaisantes. Levez les yeux au ciel, profitez d'un ciel étoilé!</p> <p>Les nuits froides nous offrent des matins féeriques : arbres givrés, ciel clair et air vif. C'est l'hiver à l'état pur, à savourer en bougeant dehors.</p>

	<p>Les nuits très froides nous rappellent que l'hiver est intense et magnifique. Habillez-vous chaudement et profitez de la fraîcheur, même à l'extérieur.</p> <p>Portez une attention particulière au calme qui vous entoure!</p>
Semaine de relâche	<p>La relâche, c'est une pause bienvenue en plein hiver: le moment parfait pour bouger, s'amuser et créer des souvenirs en famille!</p> <p>La relâche, c'est le moment de mettre les écrans de côté, de sortir et de savourer chaque flocon, chaque sentier et chaque activité hivernale.</p> <p>Le printemps approche et c'est l'occasion parfaite pour profiter de l'hiver.</p>

Foire aux questions

Introduction

Contexte : L'Alliance de l'industrie touristique du Québec et ses partenaires lancent une campagne pour inciter les Québécois et Québécoises à vivre des moments mémorables, quel que soit le temps annoncé. L'initiative a pour objectif d'inspirer une attitude positive, de promouvoir les activités touristiques en toute saison et de transformer la météo en alliée plutôt qu'en obstacle.

Ligne de campagne : "La météo, ce n'est pas une raison pour annuler ses plans, c'est juste un moyen d'être prévoyant." Ici, on détourne les codes de la météo pour dire aux gens d'éprouver du plaisir à faire leurs activités touristiques prévues, quelle que soit la météo.

Questions sur la campagne en général

Pourquoi faire cette campagne ? Pour répondre à une préoccupation de l'industrie. Selon un [récent sondage](#) de l'Alliance, deux entreprises touristiques sur trois affirment que l'annulation d'activités touristiques en raison des prévisions météorologiques a un impact majeur sur leur chiffre d'affaires.

Objectif de la campagne : La campagne vise à inviter les gens à ne pas annuler leurs plans à cause de la météo (sauf en cas de conditions extrêmes), mais plutôt à mieux comprendre la météo et à s'adapter en conséquence pour profiter pleinement du Québec sous toutes ses facettes. En bref, on souhaite inspirer les Québécois et Québécoises à s'adonner à leurs activités touristiques prévues, malgré les prévisions météorologiques.

Durée de la campagne : 15 janvier au 15 mars 2026

Cible principale (audience) : Adultes de 25 ans et plus, résidant au Québec, intéressés par le tourisme, les festivals, les activités de plein air, les voyages et la météo.

Support / contact

Contact à l'Alliance : Yannick Rhéaume, medias@alliancetouristique.com

Liens pertinents : sur la [page Web](#).

Question et réponses

Q1 : Pourquoi lancer une campagne sur les prévisions météorologiques?

Parce que deux entreprises touristiques sur trois affirment que les prévisions météo ont un impact majeur sur leur chiffre d'affaires. Cette campagne vise à sensibiliser la population à une lecture plus nuancée de la météo afin de limiter les annulations d'activités touristiques.

Q2 : Quel est le message principal de cette campagne?

Que la météo n'est pas une raison d'annuler ses plans, mais plutôt une occasion de s'adapter. Le bonheur ressenti doit primer : peu importe les prévisions (hors conditions extrêmes), il est possible de vivre des expériences mémorables au Québec.

Q3 : À qui s'adresse cette campagne?

Elle s'adresse aux Québécois et Québécoises, en particulier en amont de la période de la relâche scolaire, afin de les inciter à explorer le Québec malgré des conditions météo parfois changeantes.

Q4 : Quelle est la durée de la campagne?

Du 15 janvier au 15 mars 2026, des actions sur les médias sociaux, des articles de contenu et des bannières publicitaires seront activement publiés.

Q5 : Quel est le concept créatif derrière la campagne?

La campagne met en scène des enfants qui s'amuse, peu importe la météo, à travers des bulletins météo revisités centrés sur le bonheur ressenti. Elle vise à démontrer qu'il est possible d'éprouver du plaisir, peu importe les conditions météorologiques.

Q6 : Quels sont les deux volets de la campagne?

1. Volet inspirant : pour motiver les gens à sortir malgré la météo.
2. Volet éducatif : pour outiller les gens à mieux interpréter les prévisions météo.

Q7 : Quel est le message central de la campagne?

« La météo, ce n'est pas une raison pour annuler ses plans, c'est juste un moyen d'être prévoyant. » Chaque journée est une occasion de vivre des expériences et de créer des souvenirs.

Q8 : Qui est derrière cette initiative?

L'Alliance de l'industrie touristique du Québec et ses partenaires, en collaboration avec l'agence Les Évadés.

Q9 : Qui est l'Alliance de l'industrie touristique du Québec?

Il s'agit de la plus importante fédération provinciale d'affaires spécialisée en tourisme au Canada, représentant plus de 12 000 entreprises et 50 associations régionales et sectorielles. Elle incarne la volonté du secteur privé et associatif de valoriser la contribution significative du secteur économique touristique à la vitalité des régions tout en portant la voix de ses membres. Toute l'action de l'Alliance vise à contribuer à faire du Québec une destination touristique de calibre mondial, durable, responsable et prospère.