



Situation des entreprises touristiques du Québec

Printemps 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

Les perspectives économiques ont été révisées à la baisse au courant de l'hiver. Le Québec devrait ainsi connaître une seconde année consécutive de faible croissance (+/- 1 %).

De façon générale, les entreprises touristiques s'attendent à peu de changement à court terme : la part des entreprises dont les attentes restent à peu près les mêmes est supérieure à 50 % sur la majorité des indicateurs.

L'inflation et le *Recrutement d'employés qualifiés* demeurent en tête des enjeux partagés par le plus grand nombre d'entreprises touristiques. De même, la santé financière des entreprises touristiques s'est maintenue au 1^{er} trimestre.

Contexte économique

Les perspectives économiques ont été révisées à la baisse au courant de l'hiver. La moyenne des prévisions des institutions financières concernant la croissance économique en 2026 au Québec est passée de +1,1 % en janvier à 0,8 % en avril 2026. Le Québec devrait ainsi connaître une seconde année de faible croissance, autour de 1 %.

Derrière cette morosité se cache un marché de l'emploi qui se détériore : près de 22 000 emplois ont été perdus au Québec au 1^{er} trimestre de 2026. Le taux de chômage y a d'ailleurs augmenté, passant de 5,2 % à 5,5 %. L'assouplissement du marché du travail observé tout au long de 2025 semble se poursuivre en 2026. Le taux de postes vacants était de 2,8 % au 4^e trimestre de 2025 (donnée la plus récente). Il s'agit du plus faible taux enregistré depuis le 1^{er} trimestre de 2018.

Plusieurs s'attendent à une augmentation des coûts des intrants et de l'inflation en raison de la montée des prix de l'énergie, des engrais et du transport due à la guerre au Moyen-Orient. Si la hausse des coûts et de l'inflation s'avérait significative et tenace, l'économie canadienne pourrait tomber en stagflation. Il s'agit d'une combinaison de croissance affaiblie et d'inflation persistante pour laquelle la politique monétaire s'avère inadaptée, voire inefficace.

Attentes des entreprises

L'enquête sur laquelle repose cette analyse a été réalisée au début de l'année, avant le déclenchement de la guerre israélo-américano-iranienne. Conséquemment, les réponses des entreprises touristiques et des autres secteurs ne tiennent pas compte de celle-ci.

De façon générale, les entreprises touristiques québécoises s'attendaient au 1^{er} trimestre de 2026 à peu de changements. La part des entreprises touristiques dont les attentes restent à peu près les mêmes est supérieure à 50 % sur la majorité des indicateurs : la demande, les revenus, les dépenses, les investissements, la rentabilité, le nombre d'employés et les postes vacants.

L'exception concerne les attentes à l'égard des prix où la moitié des entreprises touristiques s'attend à une augmentation (49 %) et l'autre moitié à une stagnation (49 %).

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 », 16 % ont répondu *Inflation* et 14 % le *Recrutement d'employés qualifiés*.

Les enjeux partagés par le plus grand nombre d'entreprises touristiques sont, toutefois : *l'Inflation*, le *Recrutement et maintien en poste d'employés qualifiés*, la *Capacité à attirer de nouveaux clients ou à maintenir la clientèle actuelle*, *l'Intensification de la concurrence* et les *Coûts de l'immobilier, de la location ou de l'impôt foncier*.

Santé financière des entreprises

La santé financière des entreprises touristiques s'est maintenue au cours du dernier trimestre. Sur la base des liquidités disponibles, l'amélioration entre le 4^e trimestre de 2025 et 1^{er} trimestre de 2026 n'est pas statistiquement significative. De même, la capacité à s'endetter davantage des entreprises touristiques est demeurée sensiblement la même.

Confiance des entrepreneurs

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

De façon générale, les entrepreneurs touristiques du Québec (81 %) semblent plus optimistes que ceux du Canada (62 %), mais tout autant que les entrepreneurs du Québec tous secteurs confondus (81 %).



2 Contexte économique

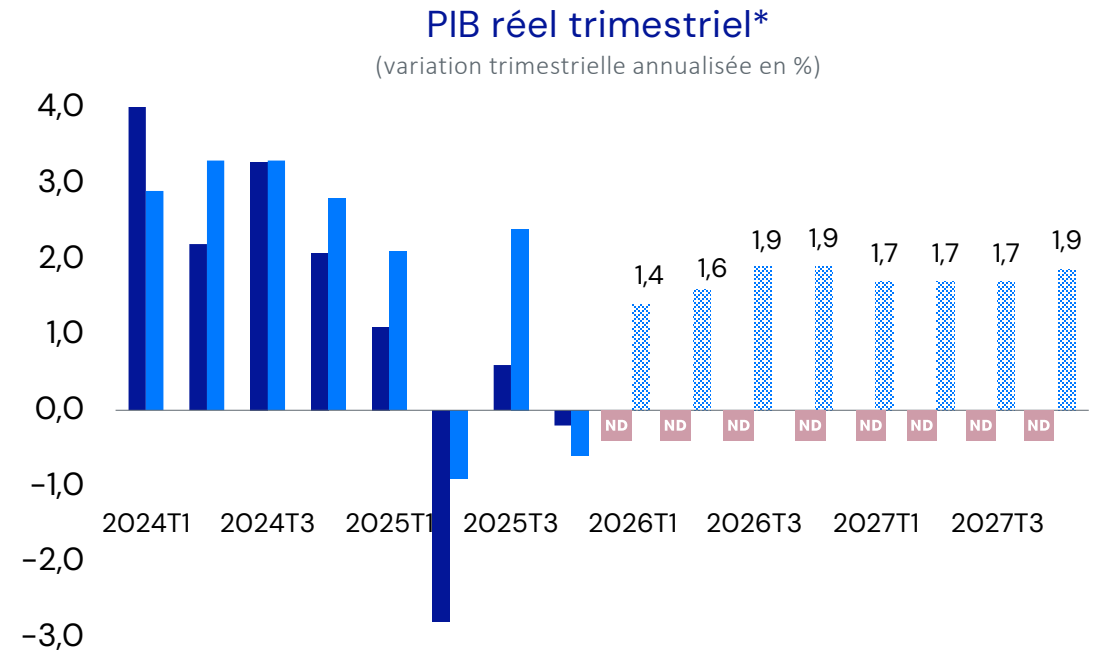
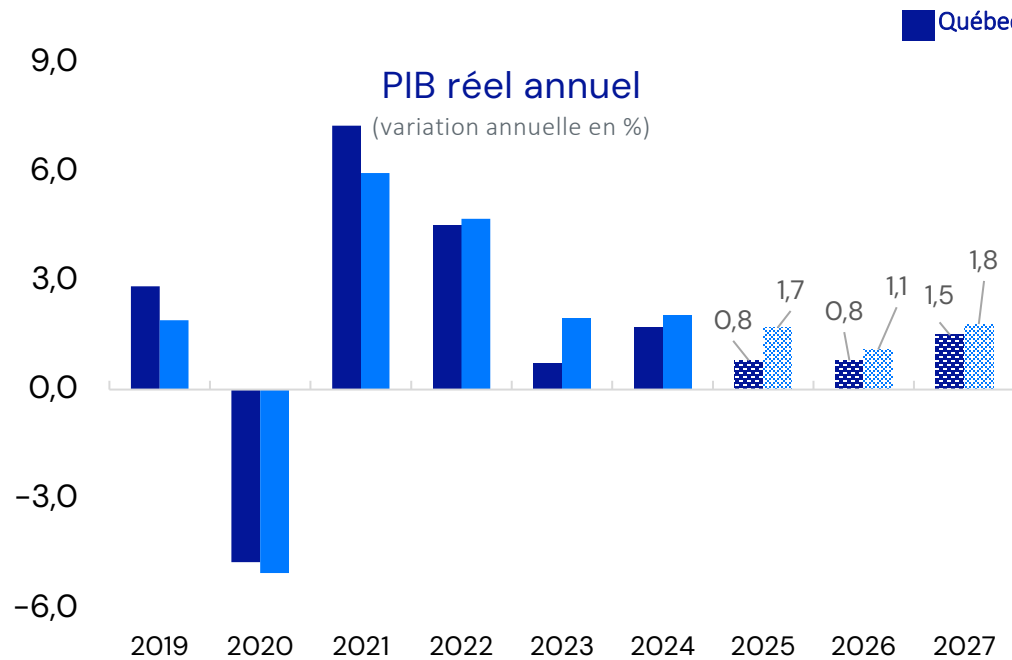
Les perspectives économiques ont été révisées à la baisse au courant de l'hiver. La moyenne des prévisions de la croissance du PIB réel du Québec en 2026 est passée de + 1,1 % en janvier à + 0,8 % en avril 2026.

Derrière cette morosité se cache un marché de l'emploi qui se détériore. Près de 22 000 emplois ont été perdus au 1^{er} trimestre de 2026 et le taux de postes vacants se situe à 2,8 %, le plus faible taux enregistré depuis le 1^{er} trimestre de 2018.

Croissance économique

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

Les perspectives économiques ont été révisées à la baisse au courant de l'hiver. Ainsi, la moyenne des prévisions des principales institutions financières canadiennes concernant la croissance économique du Québec en 2026 est passée de +1,1 % en janvier 2026 à +0,8 % en avril 2026. Le Québec devrait ainsi connaître une seconde année de faible croissance, autour de 1 %.



* 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



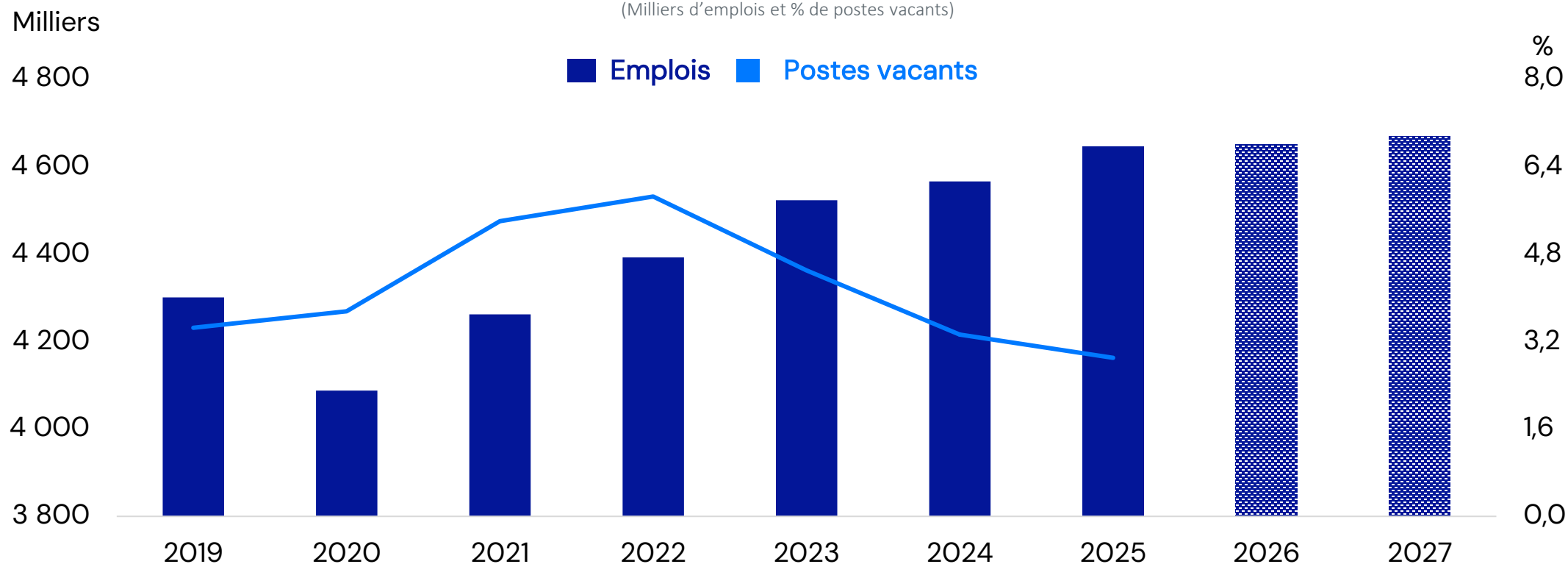
Données historiques et moyennes des prévisions des institutions financières (avril 2026)

Le marché de l'emploi s'est détérioré au 1^{er} trimestre de 2026 au Québec : près 22 000 emplois ont été perdus. Le taux de chômage a d'ailleurs augmenté, passant de 5,2 % à 5,5 %. Rappelons que le marché du travail s'est significativement assoupli au cours de 2025. Au 4^e trimestre de 2025 (donnée la plus récente), le taux de postes vacants était de 2,8 % au Québec. Il s'agit du plus faible taux enregistré depuis le 1^{er} trimestre de 2018.

Rappelons que la population du Québec déclinera au cours des prochaines années (une première depuis 1940, aussi haut que remontent les données). La dernière 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)





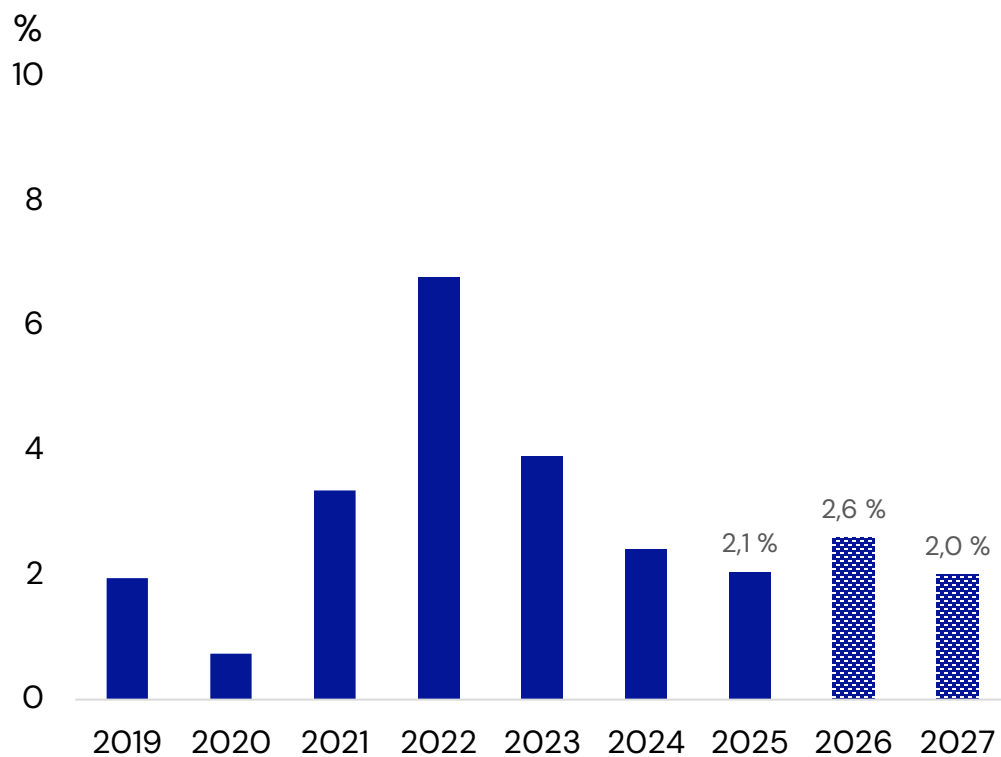
Inflation et taux d'intérêt

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

La Banque du Canada maintient son taux cible du financement à un jour à 2,25 % depuis le 29 octobre 2025. À l'exception de la Banque Scotia, qui entrevoit une hausse de 0,5 point de pourcentage au 3^e trimestre et de 0,25 point de pourcentage au 4^e trimestre, les prévisionnistes des principales institutions financières canadiennes s'attendent à ce que la Banque du Canada maintienne son taux cible du financement à un jour au niveau actuel, et cela, tout au long de 2026.

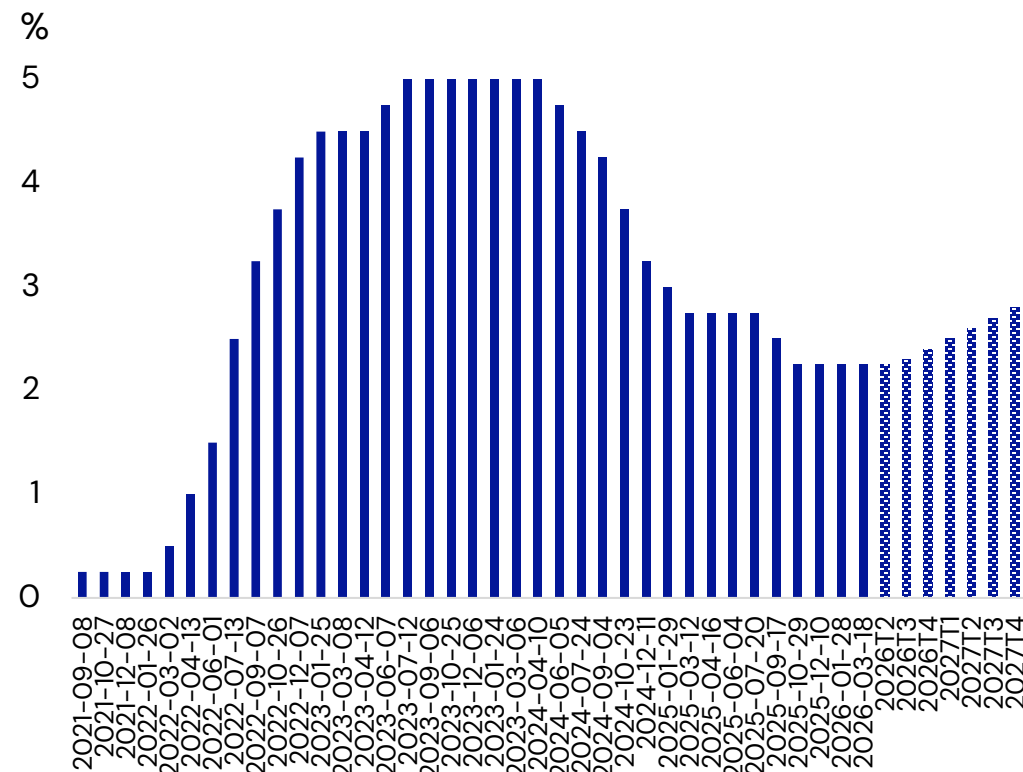
Taux d'inflation

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

La part des entreprises touristiques dont les attentes restent à peu près les mêmes est supérieure à 50 % sur la majorité des indicateurs : la demande, les revenus, les dépenses, les investissements, la rentabilité, le nombre d'employés et les postes vacants.

L'exception concerne les attentes à l'égard des prix où la moitié des entreprises touristiques s'attend à une augmentation (49 %) et l'autre moitié à une stagnation (49 %).



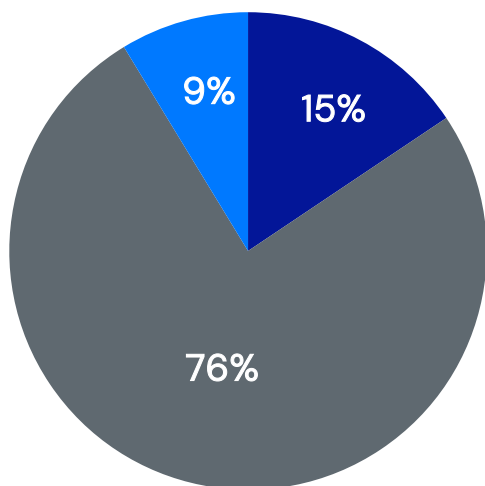
Attentes du secteur touristique du Québec – Demande

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 touristiques qui s’attendent à ce que la demande demeure sensiblement la même au cours des trois prochains mois a augmenté : elle est passée de 56 % au 4^e trimestre de 2025 à 76 % au 1^{er} trimestre de 2026. Cette augmentation de la proportion de ceux qui s’attendent à peu de changement s’observe à la fois dans le sous-secteur de la Restauration (de 55 % à 81 %) et dans celui de l’Hébergement (61 % à 76 %).

Attentes du secteur – Demande

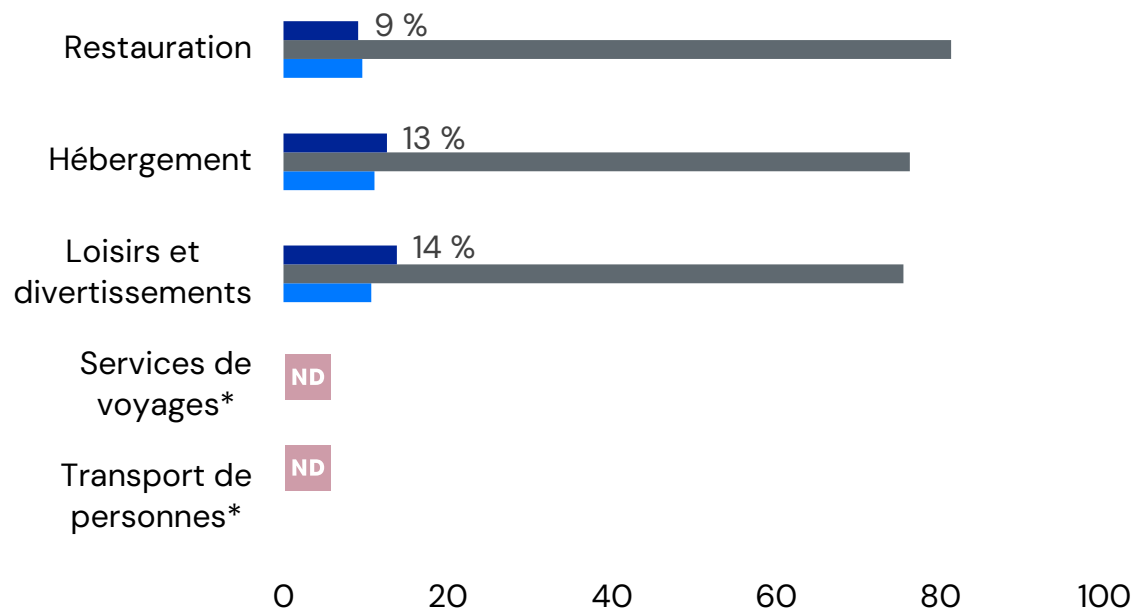
(% des entreprises au 1^{er} trimestre de 2026)



■ Augmenter ■ Rester à peu près la même ■ Diminuer

Attentes des sous-secteurs – Demande

(% des entreprises au 1^{er} trimestre de 2026)



■ 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)





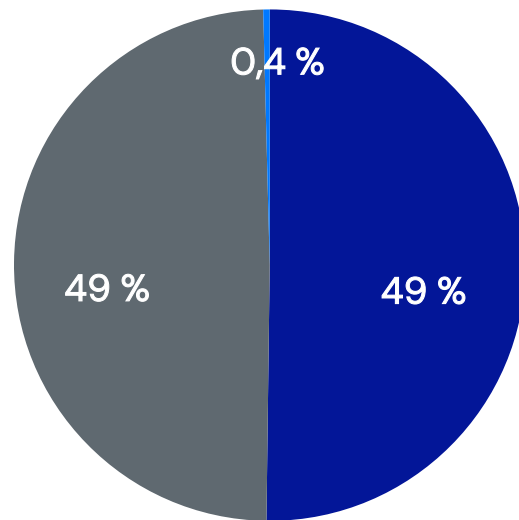
Attentes du secteur touristique du Québec – Prix de vente

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 au cours des trois prochains mois a augmenté de 34 % au 4^e trimestre de 2025 à 49 % au 1^{er} trimestre de 2026. Cette augmentation s’observe principalement dans les sous-secteurs de la Restauration et des Loisirs et divertissements où cette part est passée de 43 % à 54 % et de 16 % à 32 %, respectivement.

Attentes du secteur – Prix de vente

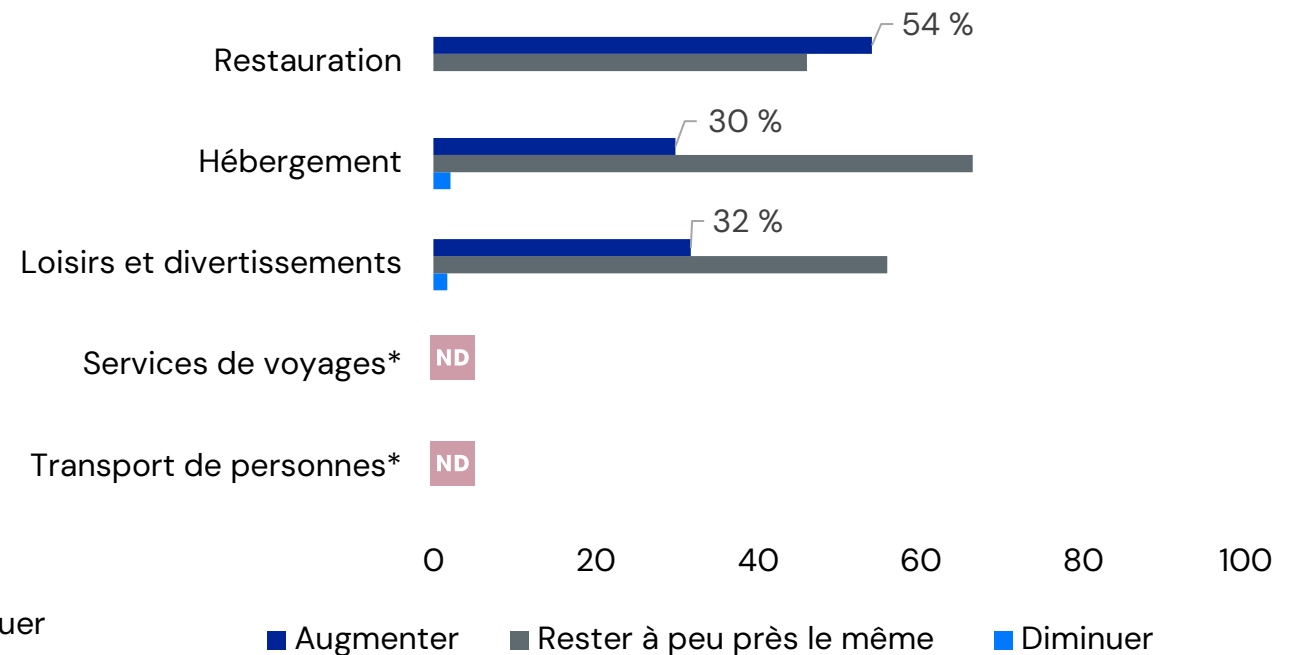
(% des entreprises au 1^{er} trimestre de 2026)



■ Augmenter ■ Rester à peu près la même ■ Diminuer

Attentes des sous-secteurs – Prix de vente

(% des entreprises au 1^{er} trimestre de 2026)



■ 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)





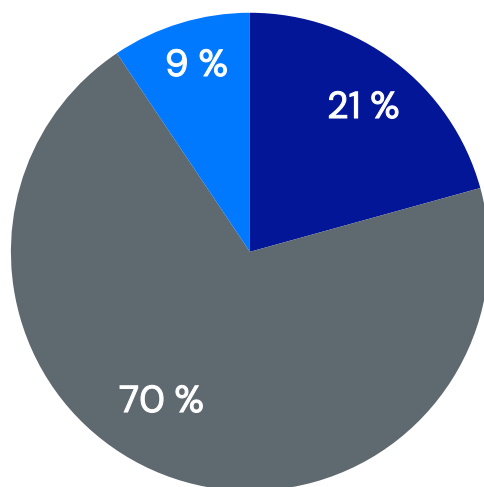
Attentes du secteur touristique du Québec – Revenus

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

La proportion des entreprises touristiques qui s'attendent à ce que leurs revenus demeurent sensiblement les mêmes a également augmenté, passant de 55 % au 4^e trimestre de 2025 à 70 % au 1^{er} trimestre de 2026. Cette augmentation est généralisée parmi les sous-secteurs touristiques, et cela, dans les mêmes proportions.

Attentes du secteur – Revenus

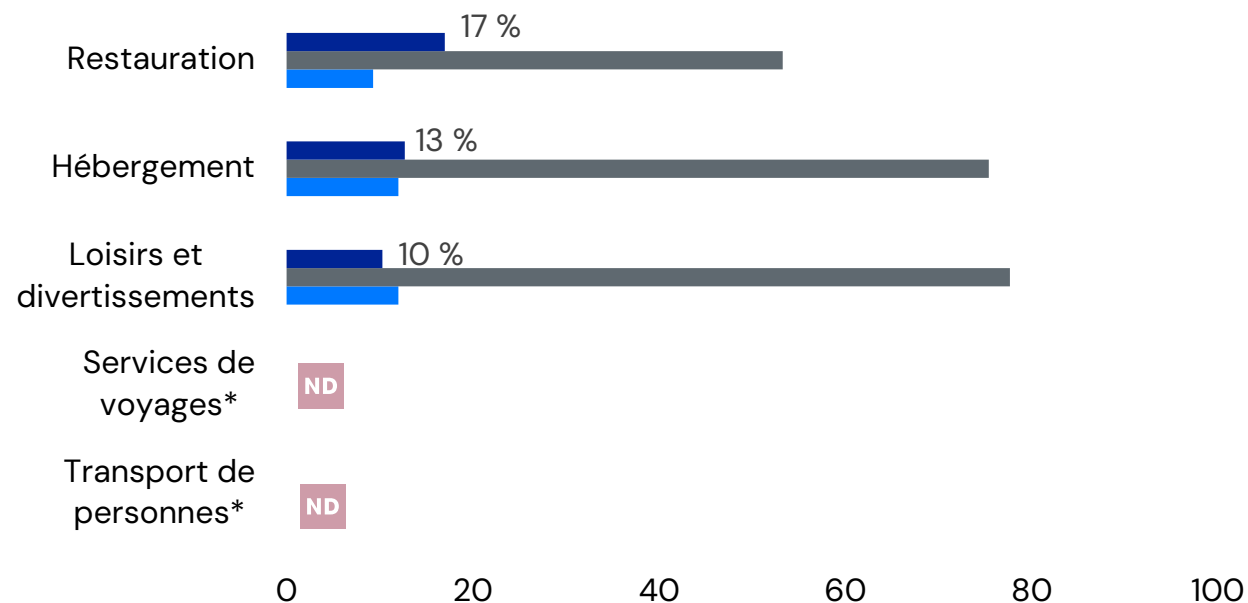
(% des entreprises au 1^{er} trimestre de 2026)



■ Augmenter ■ Rester à peu près la même ■ Diminuer

Attentes des sous-secteurs – Revenus

(% des entreprises au 1^{er} trimestre de 2026)



■ 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)





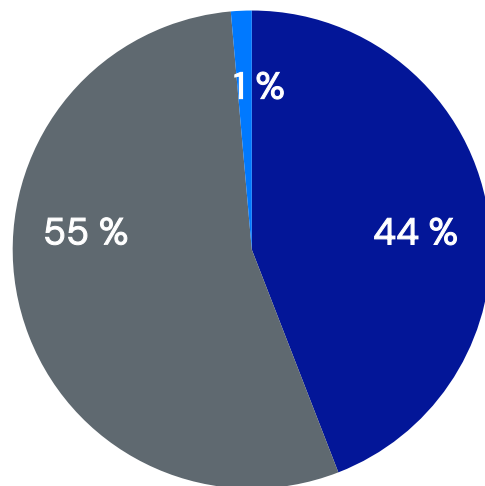
Attentes du secteur touristique du Québec – Dépenses

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

Une part plus importante des entreprises touristiques s'attend à une augmentation des dépenses (de 30 % au 4^e trimestre de 2025 à 44 % au 1^{er} trimestre de 2026) alors qu'une part moins importante s'attend à une diminution (de 15 % à 1 %). La part des entreprises qui s'attend à une diminution des dépenses a diminué dans l'ensemble des sous-secteurs.

Attentes du secteur – Dépenses

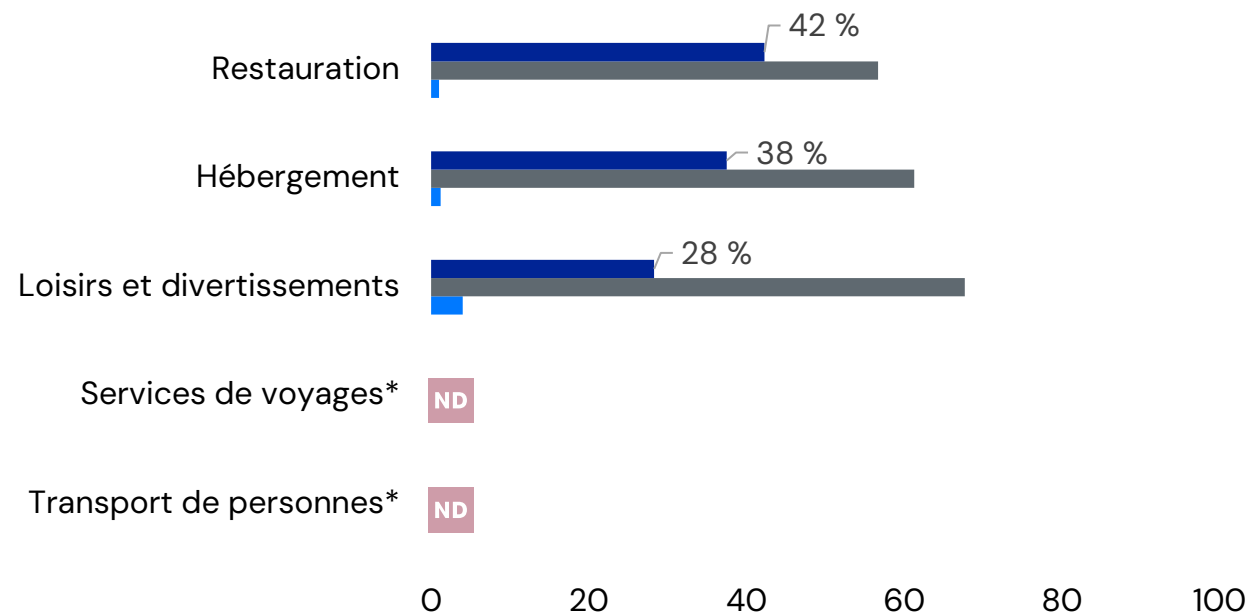
(% des entreprises au 1^{er} trimestre de 2026)



■ Augmenter ■ Rester à peu près la même ■ Diminuer

Attentes des sous-secteurs – Dépenses

(% des entreprises au 1^{er} trimestre de 2026)



■ 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)





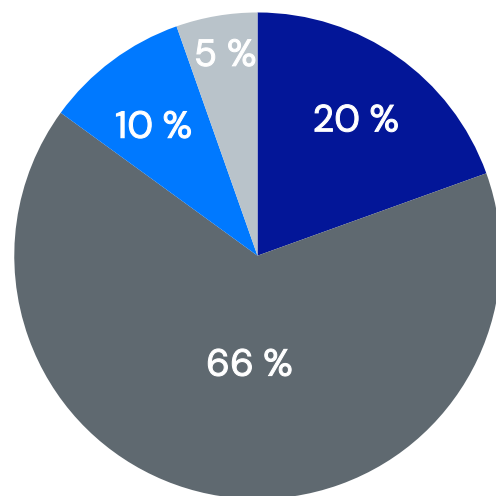
Attentes du secteur touristique du Québec – Investissements

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 sont demeurées sensiblement les mêmes à l'échelle du secteur. Alors que le cinquième des entreprises touristiques prévoit augmenter leurs dépenses en immobilisation, les deux tiers anticipent peu de changement.

Attentes du secteur – Dépenses en immobilisation

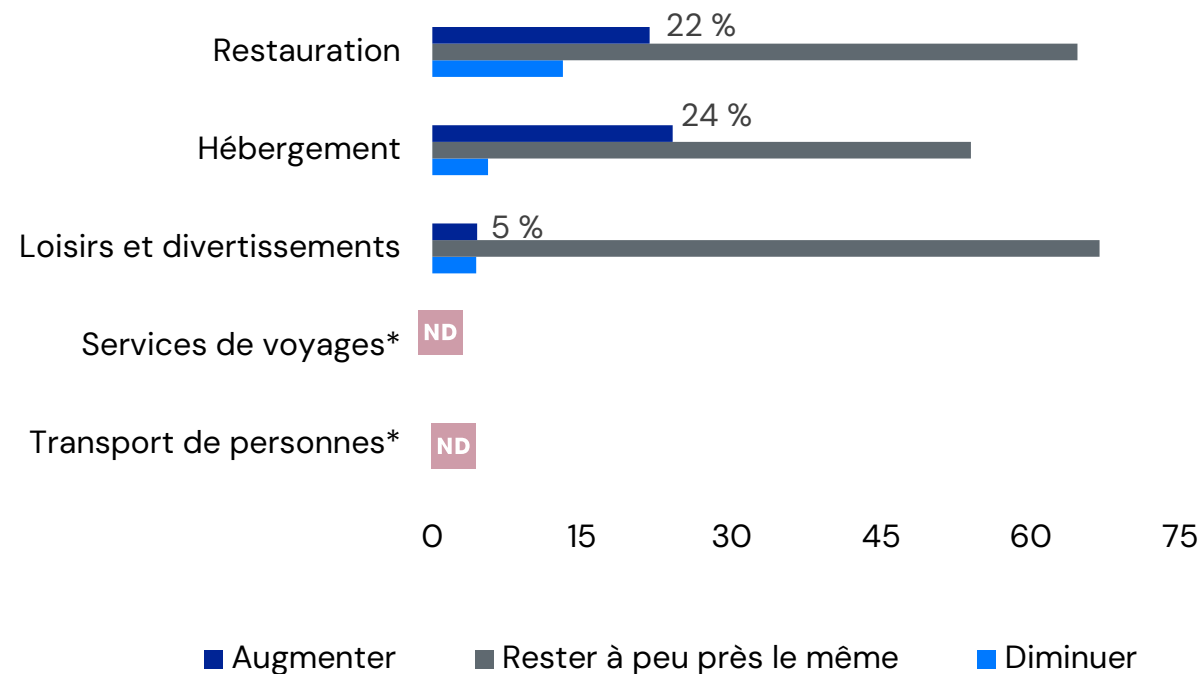
(% des entreprises au 1^{er} trimestre de 2026)



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

Attentes des sous-secteurs – Dépenses en immobilisation

(% des entreprises au 1^{er} trimestre de 2026)



- Augmenter
- Rester à peu près le même
- Diminuer

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





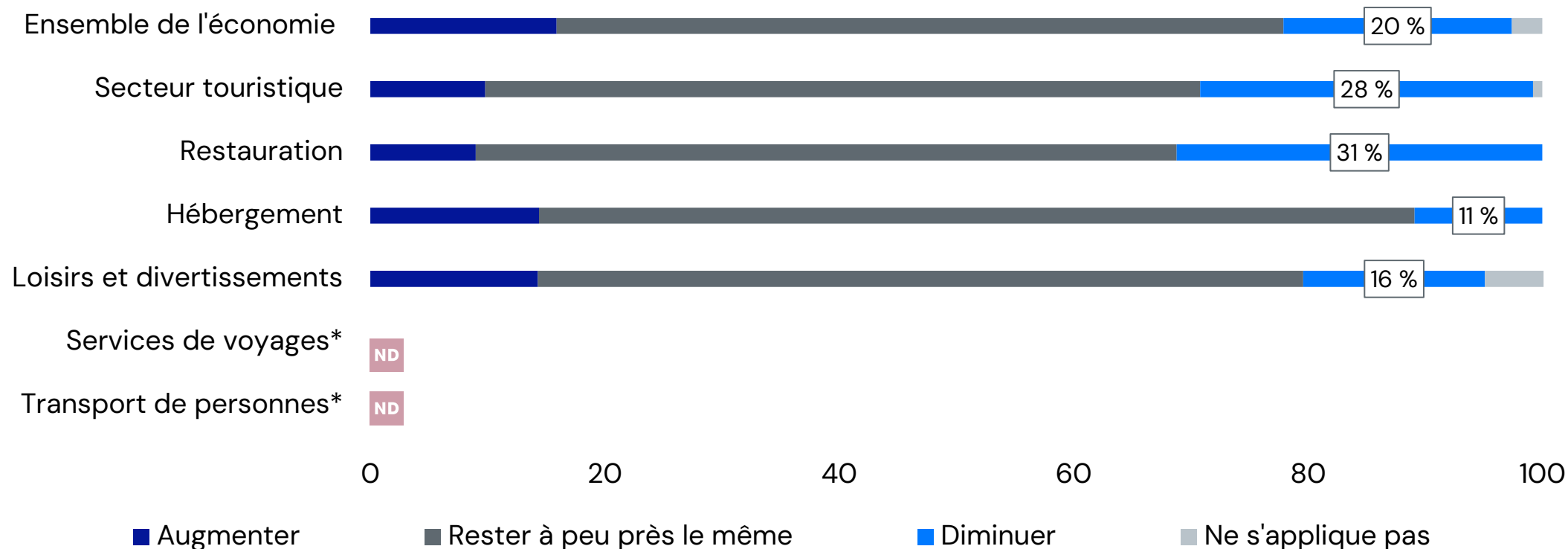
Attentes du secteur touristique du Québec – Rentabilité

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

Les attentes des entreprises touristiques à l'égard de la rentabilité se sont légèrement détériorées. On observe un petit recul de la part des entreprises touristiques qui s'attendent à une augmentation de leur rentabilité et une petite hausse de la part de celles qui s'attendent à une stagnation de leur rentabilité. Par ailleurs, les entreprises touristiques sont légèrement moins optimistes que celles observées à l'échelle de l'ensemble de l'économie.

Rentabilité des entreprises et organismes touristiques

(% des entreprises au 1^{er} trimestre de 2026)



* 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)





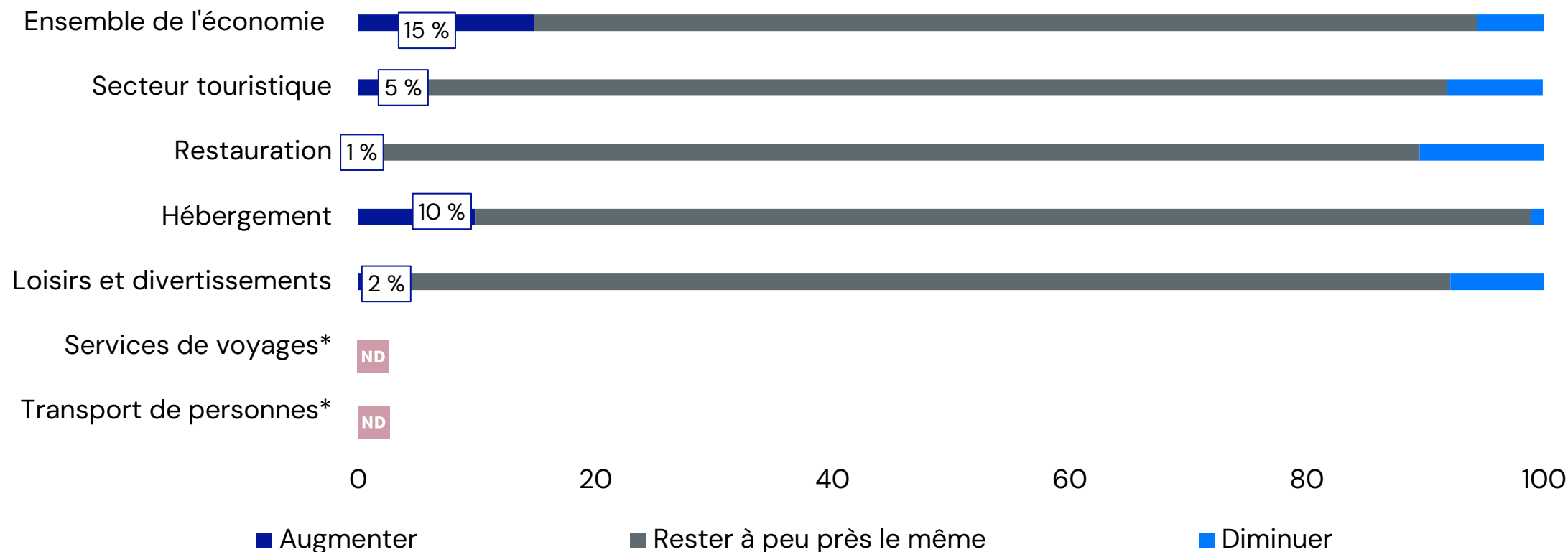
Attentes du secteur touristique du Québec – Nombre d’employés

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

Par rapport à l’ensemble de l’économie, les entreprises touristiques prévoient moins embaucher ce printemps. Seul 5 % des entreprises touristiques envisagent accroître leurs effectifs au cours des prochains mois comparativement à 15 % pour l’ensemble des entreprises tous secteurs confondus. Une grosse majorité des entreprises touristiques (87 %) n’envisage aucun changement à l’égard de leurs effectifs.

Nombre d’employés des entreprises et organismes touristiques

(% des entreprises au 1^{er} trimestre de 2026)



* 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)





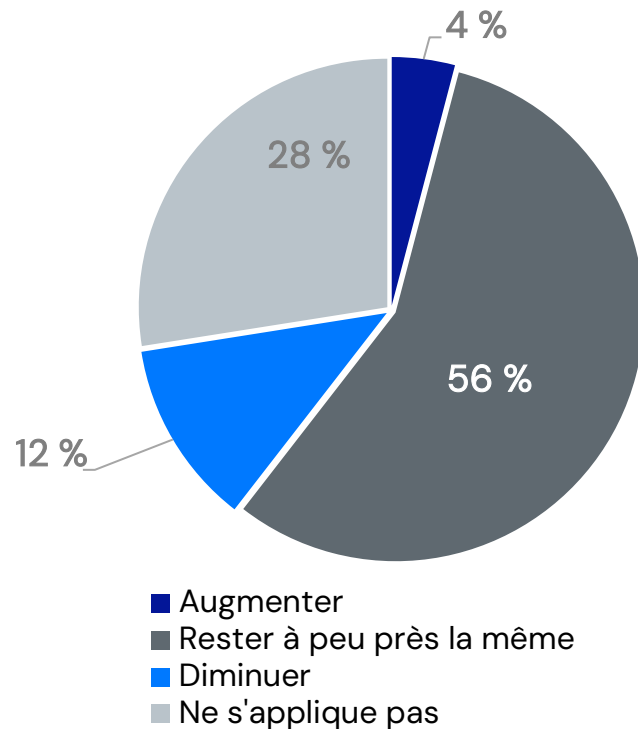
Attentes du secteur touristique du Québec – Postes vacants

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 quatre (28 %) indique que la question sur les postes vacants « ne s'applique pas » à leur situation et plus d'une sur deux (56 %) n'anticipe pas de changements concernant le nombre de postes vacants au sein de leur entreprise.

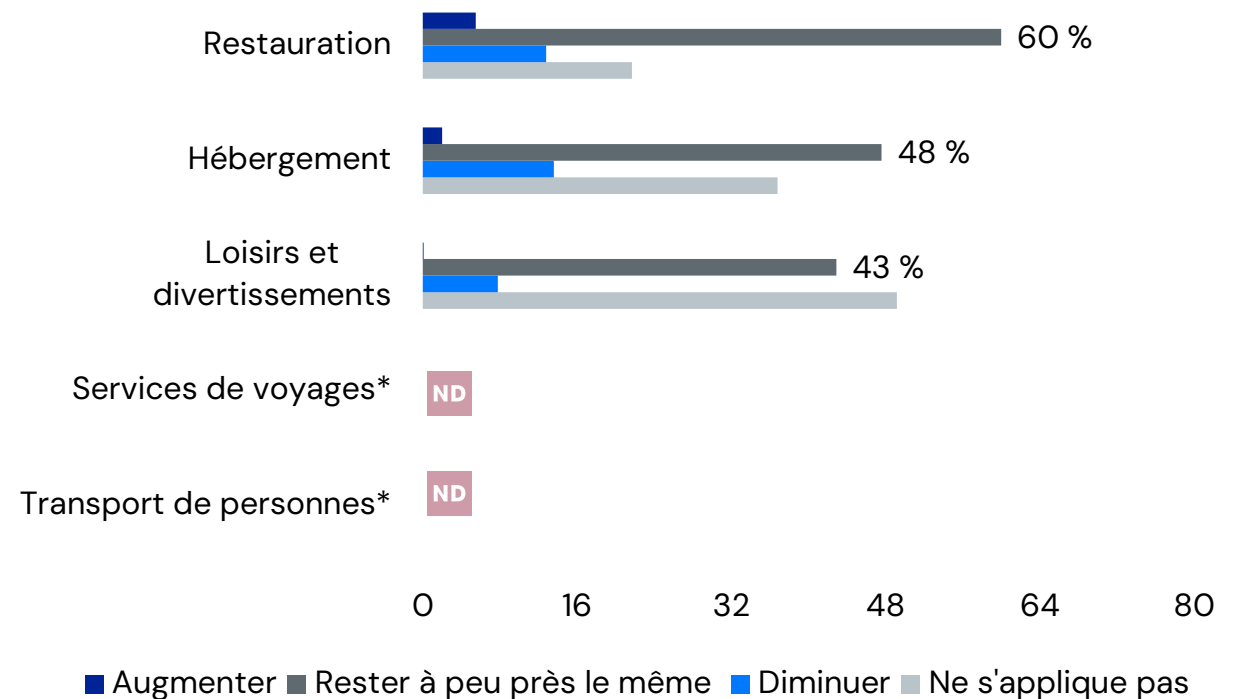
Attentes du secteur – Postes vacants

(% des entreprises au 1^{er} trimestre de 2026)



Attentes des sous-secteurs – Postes vacants

(% des entreprises au 1^{er} trimestre de 2026)



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





Centre
Intelligence
d'affaires en tourisme

4 Enjeux du secteur touristique

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 », 16 % ont répondu l'Inflation et 14 % le Recrutement d'employés qualifiés.

Les enjeux partagés par le plus grand nombre d'entreprises touristiques sont, toutefois : l'Inflation, le Recrutement et maintien en poste d'employés qualifiés, la Capacité à attirer de nouveaux clients ou à maintenir la clientèle actuelle, l'Intensification de la concurrence et les Coûts de l'immobilier, de la location ou de l'impôt foncier.



Enjeux du secteur touristique du Québec

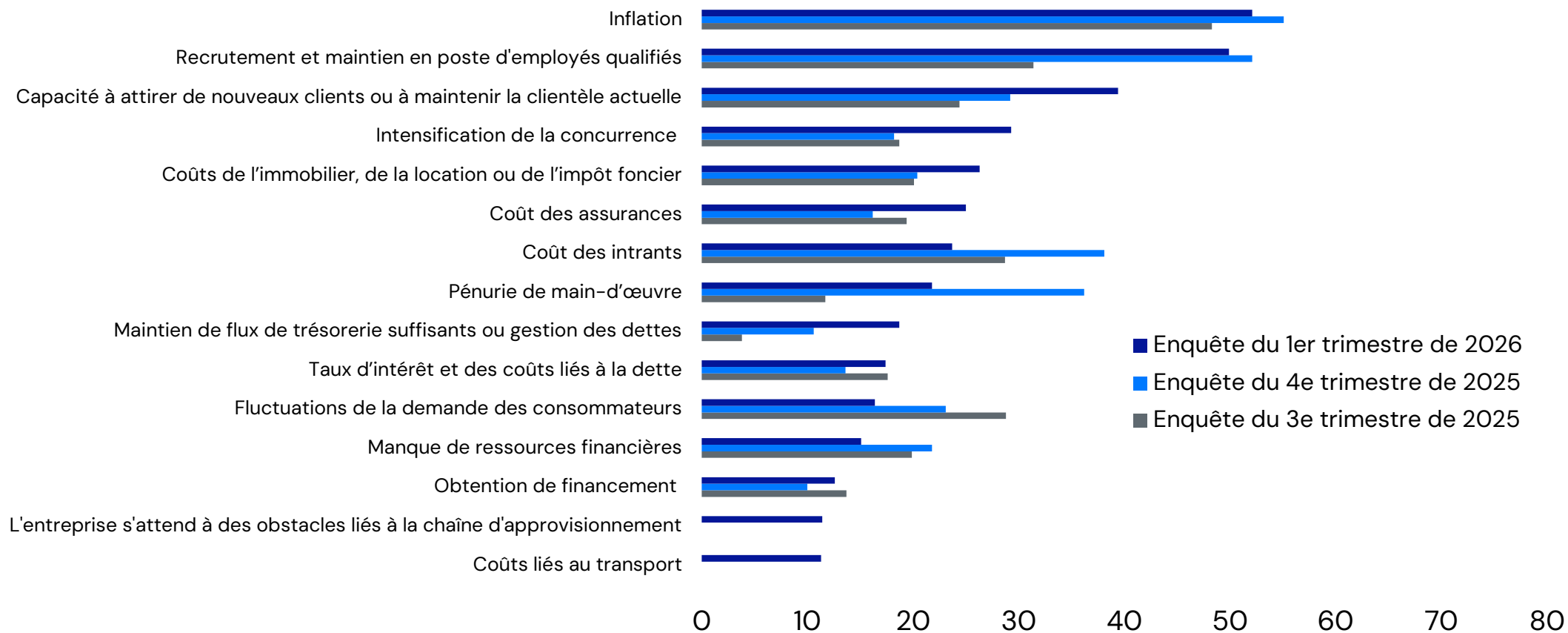
Au cours des trois prochains mois, lesquels des enjeux suivants pourraient constituer des obstacles pour votre entreprise ou organisme?

Bien que les trois principaux enjeux demeurent les mêmes, il se dégage de l'analyse des enjeux du 1^{er} trimestre de 2026 une intensification des pressions concurrentielles.

Les enjeux de l'*Inflation*, du *Recrutement et maintien en poste d'employés* qualifiés et de la *Capacité à attirer de nouveaux clients ou à maintenir la clientèle actuelle* sont demeurés, respectivement, au 1^{er}, 2^e et 3^e rangs des enjeux partagés par le plus grand nombre d'entreprises touristiques. L'enjeu de l'*Intensification de la concurrence* a bondi de la 9^e position à la 4^e position au cours du dernier trimestre. Celui des *Coûts de l'immobilier, de la location ou de l'impôt foncier* est passé de la 8^e à la 5^e position.

Enjeux des entreprises touristiques

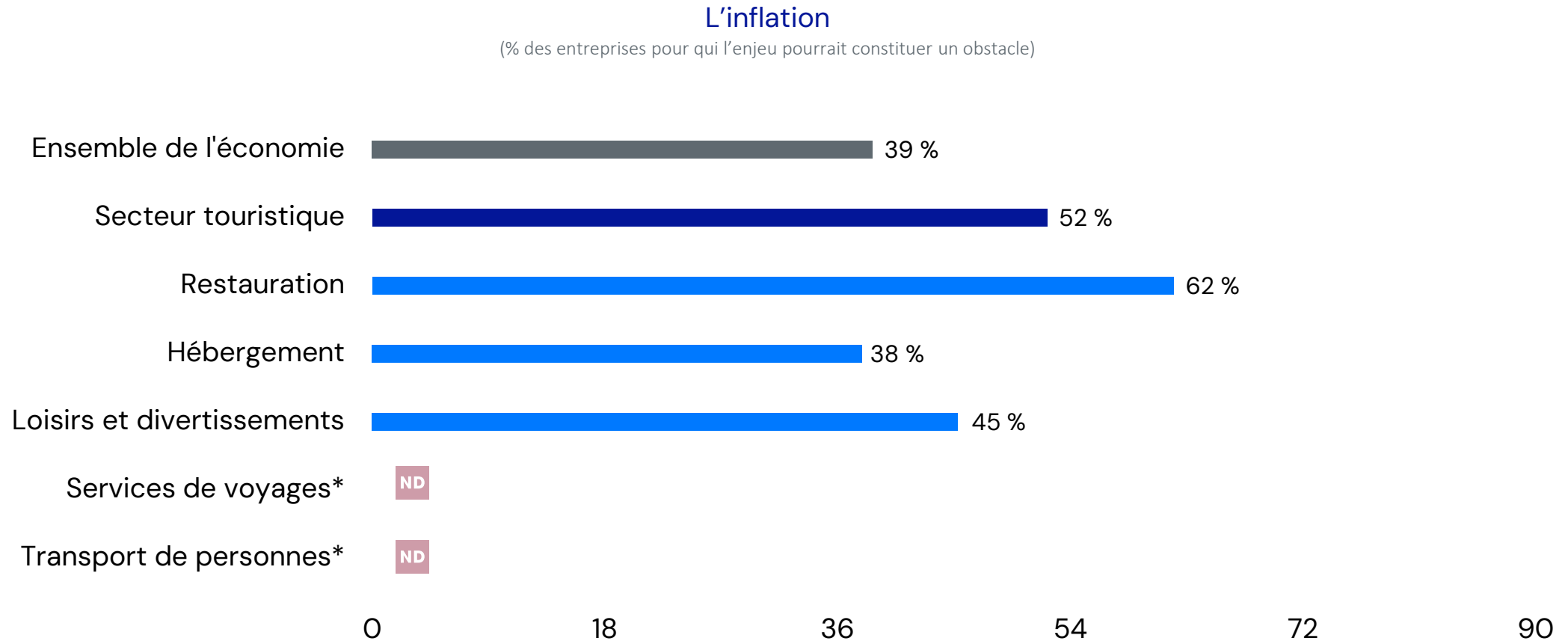
(% des entreprises qui s'y attendaient aux cours des 3 derniers trimestres)



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 près de deux entrepreneurs sur trois (62 %) considèrent qu'il pourrait constituer un obstacle à leurs opérations au cours des trois prochains mois.



* 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)





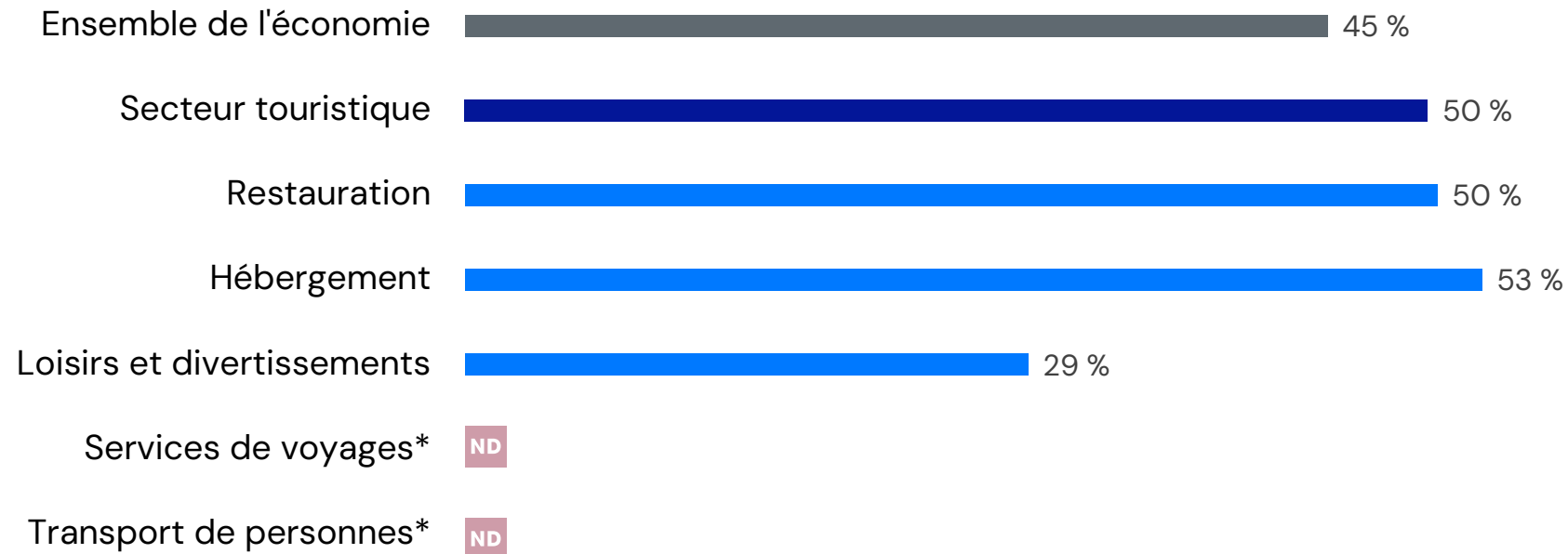
Enjeu # 2: Recrutement et maintien en poste

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 la moitié des entreprises touristiques (50 %). Le sous-secteur touristique où cet enjeu semble le plus sévère est celui de l'Hébergement, où 53 % des entreprises touristiques estiment 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)





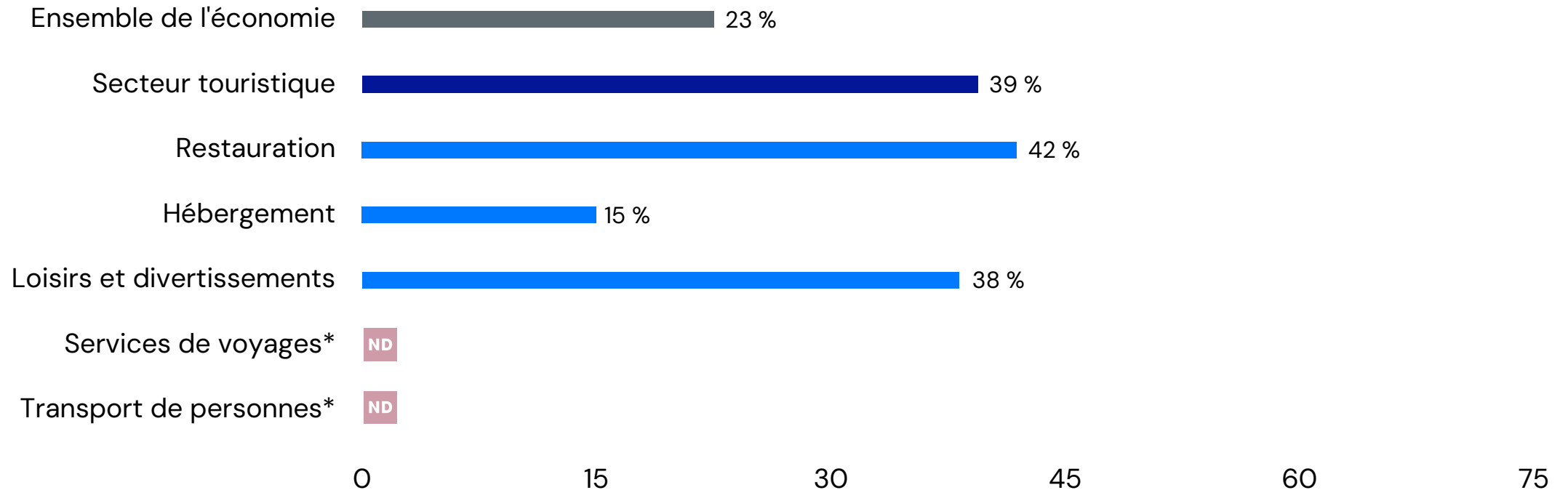
Enjeu # 3 : Attirer de nouveaux clients et maintenir la clientèle actuelle

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 5^e à la 3^e position des enjeux les plus partagés par les entreprises touristiques. Plus du tiers des entreprises touristiques (39 %) 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)

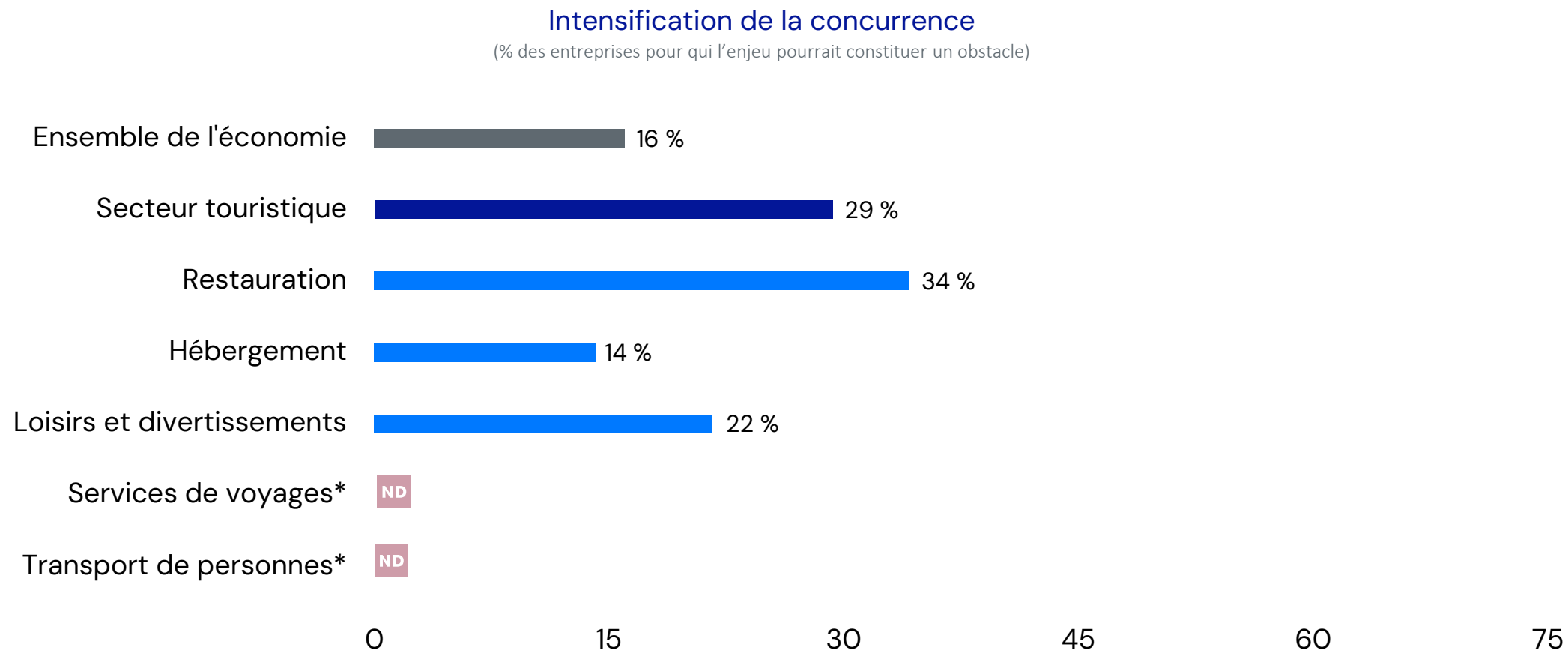




Enjeu # 4: Intensification de la concurrence

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

L'enjeu de l'Intensification de la concurrence a bondi de la 9^e position à la 4^e position au cours du dernier trimestre. Plus d'une entreprise touristique sur 4 (29 %) considère l'intensification de la concurrence comme un obstacle potentiel à leurs opérations. Cet enjeu semble plus important dans le sous-secteur de la Restauration où plus d'une entreprise sur trois le ressent (34%), soit deux fois plus d'entreprises – toute proportion gardée - que dans l'ensemble de l'économie (16 %).



* 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)





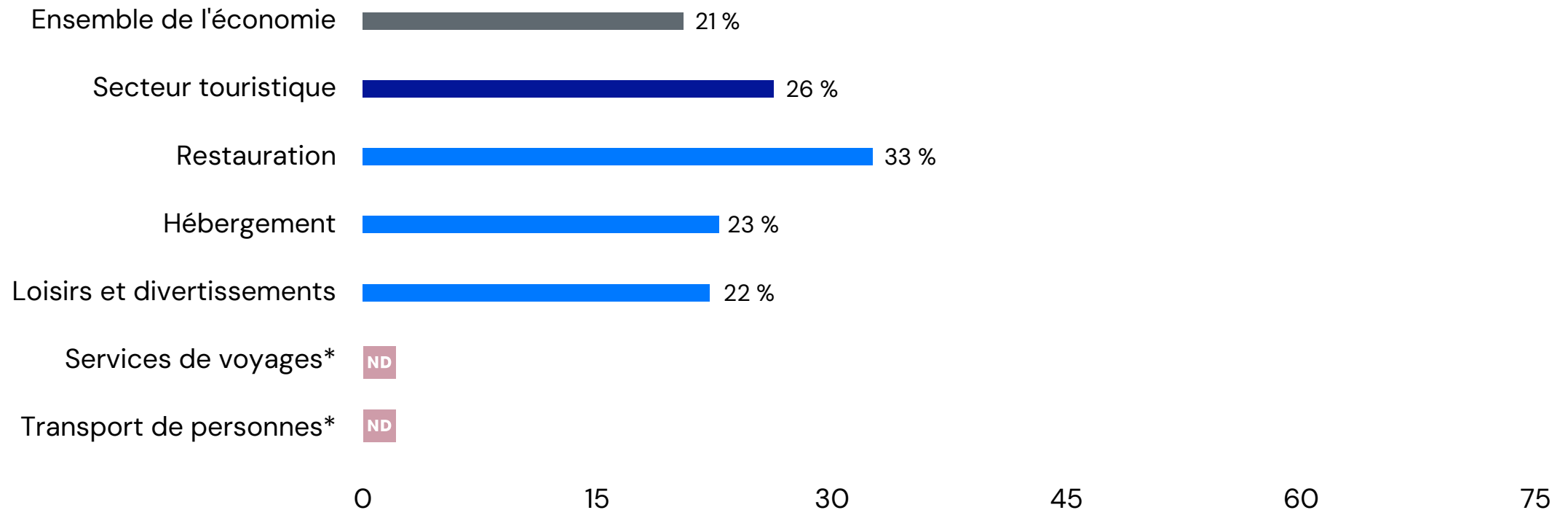
Enjeu # 5: Coûts de l'immobilier, de la location ou de l'impôt foncier

Au cours des trois prochains mois, les coûts de l'immobilier, de la location ou de l'impôt foncier pourraient-ils constituer un obstacle pour votre entreprise ou organisme?

L'enjeu des coûts de l'immobilier, de la location ou de l'impôt foncier est passé de la 8^e à la 5^e position des enjeux partagés par le plus grand nombre d'entreprises touristiques au 1^{er} trimestre de 2025. Il est partagé par le quart des entreprises touristiques du Québec (26 %).

Coûts de l'immobilier, de la location ou de l'impôt foncier

(% 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, l'amélioration entre le 4^e trimestre de 2025 et 1^{er} trimestre de 2026 n'est pas statistiquement significative. De même, la capacité à s'endetter davantage des entreprises touristiques est demeurée sensiblement la même.



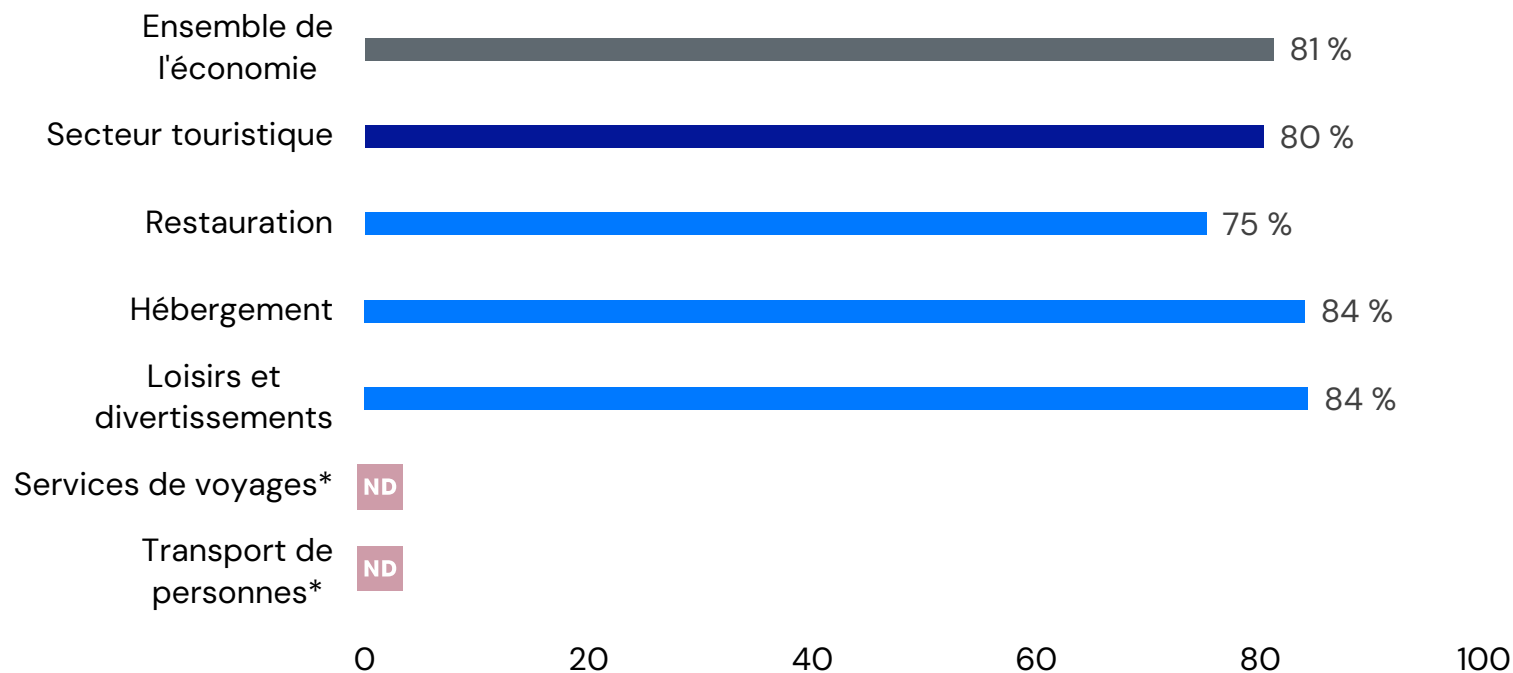
Santé financière du secteur touristique du Québec – Liquidités

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 s'est légèrement améliorée, passant de 76 à 80 % (augmentation 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 2 % à 3 %.

Disponibilité des liquidités nécessaires

(% des entreprises qui les possèdent)



3,1 % 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)





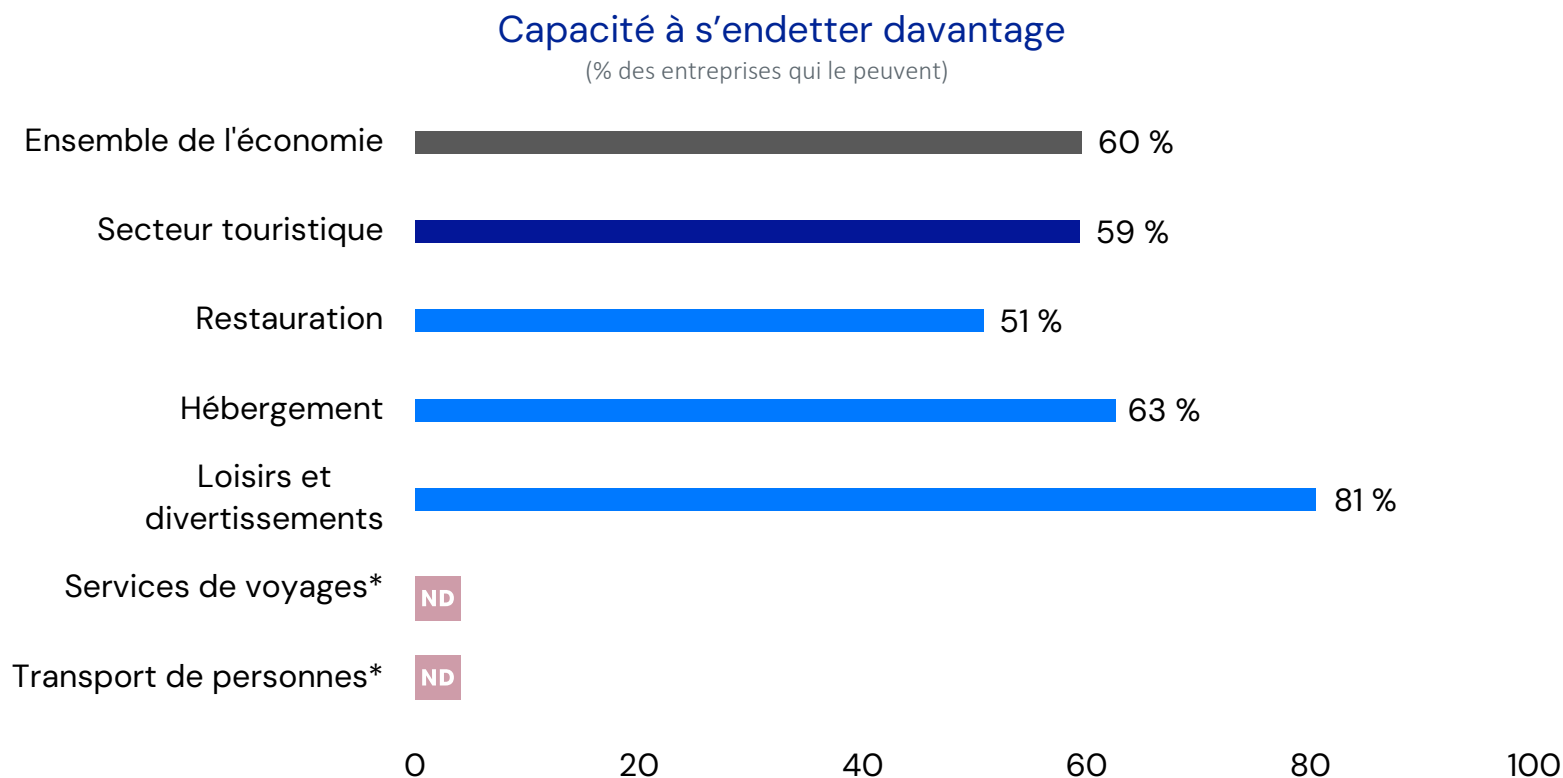
Santé financière du secteur touristique du Québec – Capacité à s'endetter

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. Plus d'une entreprise touristique sur deux (59 %) est en mesure d'augmenter ses emprunts comparativement à 60 % tous secteurs confondus. De même, le cinquième des entreprises touristiques (19 %) ne peuvent pas augmenter leurs emprunts, une part qui semble légèrement inférieure à la part des entreprises dans cette situation dans l'ensemble de l'économie (26 %) (l'écart n'est pas statistiquement significatif).

19 % des entreprises et organismes du secteur touristique du Québec ne peuvent pas s'endetter davantage (ensemble de l'économie québécoise: 26 %).

11 % des entreprises et organismes du secteur touristique du Québec prévoit déposer une demande de financement par emprunt au cours des trois prochains mois (ensemble de l'économie québécoise: 11 %).



*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 amélioré par rapport au trimestre précédent.

De façon générale, les entrepreneurs touristiques du Québec (81 %) semblent plus optimistes que ceux du Canada (62 %), mais tout autant que les entrepreneurs du Québec tous secteurs confondus (81 %).



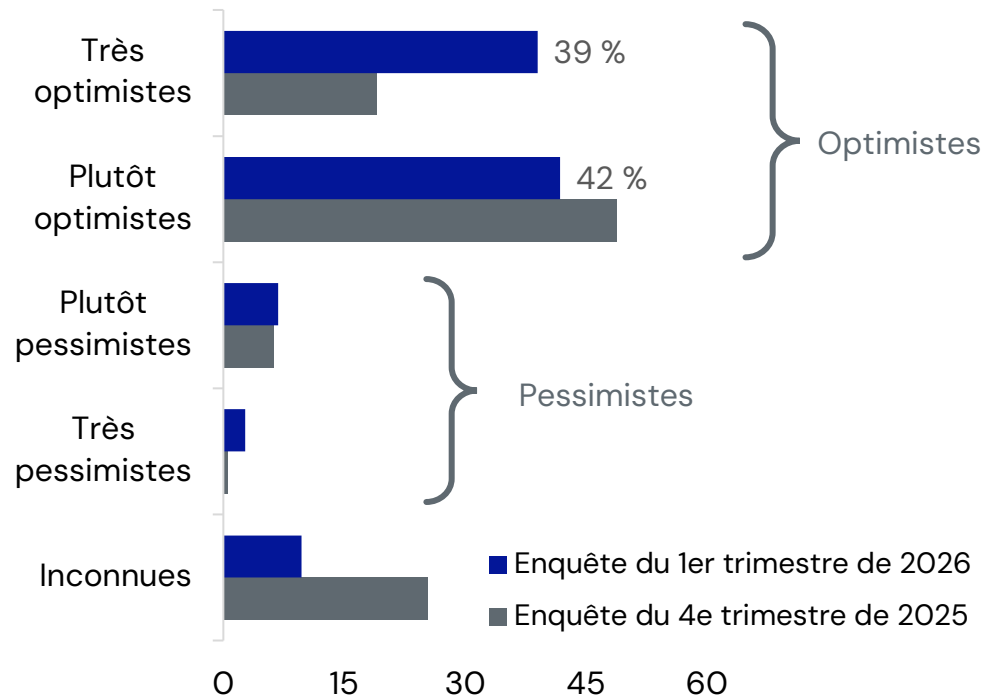
Confiance des entrepreneurs touristiques – Secteur

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 (81 %) s'est amélioré par rapport au trimestre précédent (68 %) – bien que l'écart ne soit pas statistiquement significatif. Notons que la part des entrepreneurs touristiques qui déclarent ne pas savoir ce que l'avenir leur réserve a fondu, passant de 25 % au 4^e trimestre de 2025 à 10 % au 1^{er} trimestre de 2026. De façon générale, les entrepreneurs touristiques du Québec (81 %) semblent plus optimistes que ceux du Canada (62 %).

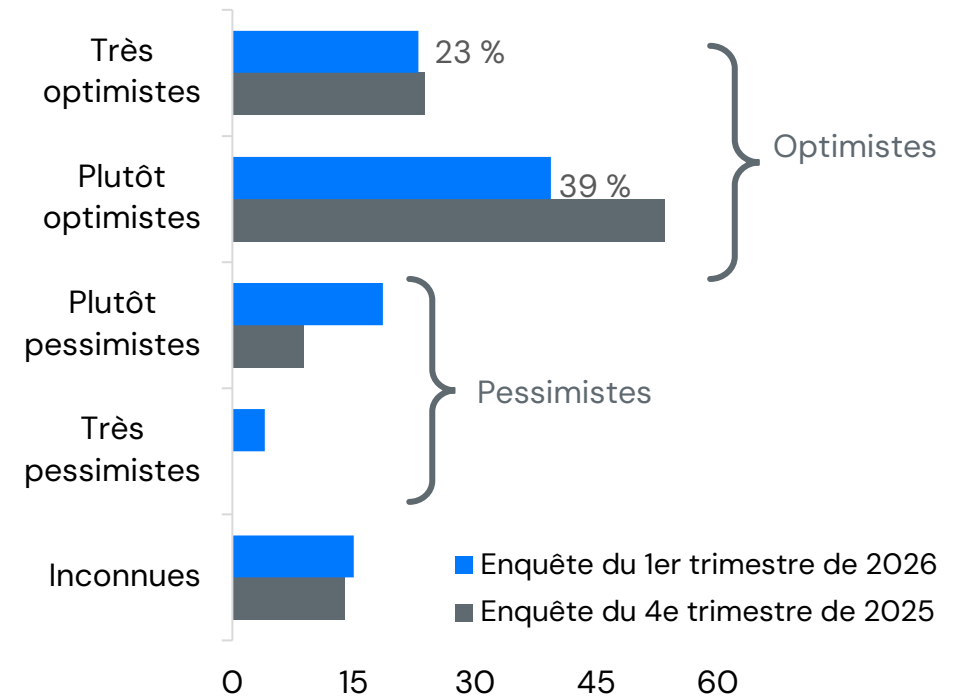
Perspectives d'avenir – Québec

(% des entreprises au 4^e trimestre de 2025 et au 1^{er} trimestre 2026)



Perspectives d'avenir – Canada

(% des entreprises au 4^e trimestre de 2025 et au 1^{er} trimestre 2026)





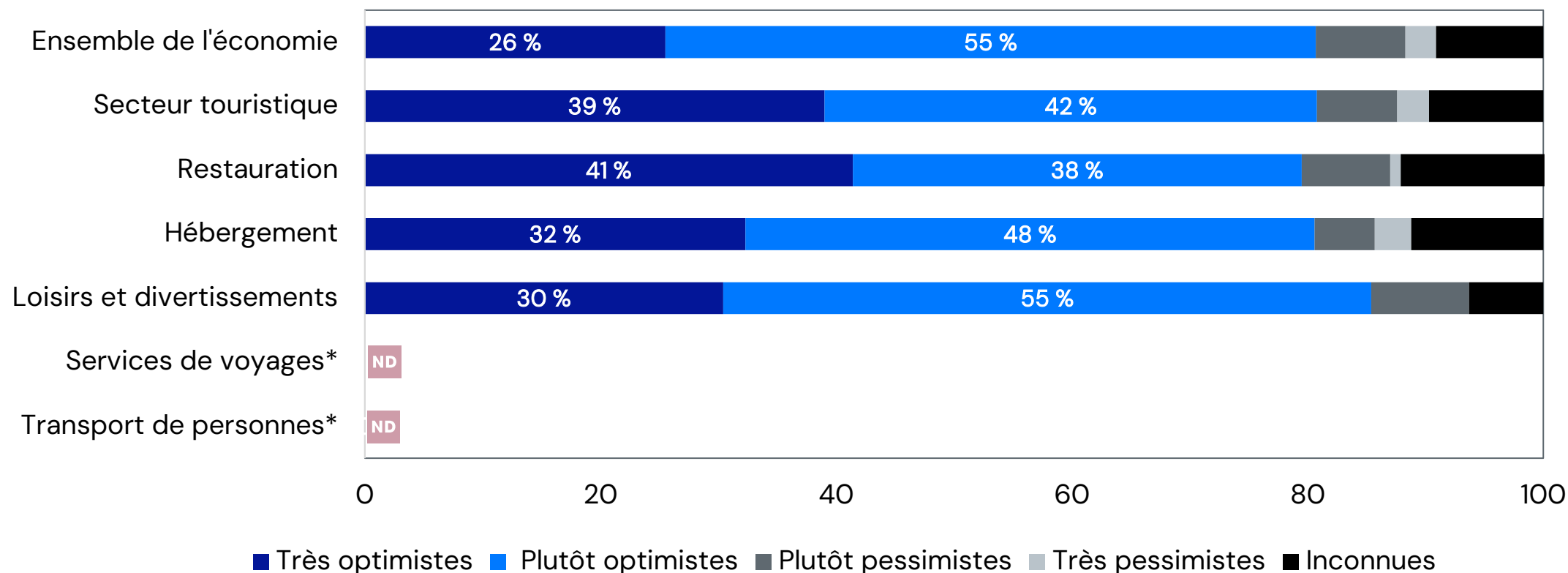
Confiance des entrepreneurs touristiques – Sous-secteurs

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

Le niveau d'optimisme semble s'être amélioré dans le secteur touristique du Québec, passant de 68 à 81 %, alors qu'il s'est maintenu à l'échelle de l'ensemble de l'économie (76 % à 81 %). Notons, toutefois, que ces changements ne sont pas suffisamment importants pour être qualifiés de statistiquement significatifs. Le niveau d'optimisme des entrepreneurs touristiques (81 %) est semblable à celui de entrepreneurs tous secteurs confondus (81 %).

Perspectives d'avenir des entreprises touristiques du Québec

(% des entreprises au 1^{er} trimestre de 2026)



* 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.



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, premier trimestre de 2026

Les données les plus récentes de l'ECSE ont été colligées auprès de représentants d'entreprises de partout au Canada entre le 2 janvier et le 6 février 2026.

Les résultats de cette enquête sont basés sur les réponses 8 793 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 1 146 répondants à l'échelle du Canada et de 214 répondants à l'échelle du Québec.

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

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



Définitions du secteur et sous-secteurs touristiques

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

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

Secteur touristique

Transport de personnes

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

Services de voyages

- 5615 - Services de préparation de voyages et de réservation

Loisirs et divertissements

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

Hébergement

- 721 - Services d'hébergement

Restauration

- 722 - Services de restauration et débits de boissons



Références

Sources des informations et des données utilisées dans cette publication.

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



L'Alliance de l'industrie touristique du
Québec

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

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

