

9 juin 2026

Adoption et applications de l'intelligence artificielle au sein du secteur touristique du Québec

Il va sans dire que l'intelligence artificielle (IA) transforme notre secteur et ouvre de nouvelles possibilités pour les entreprises touristiques et les destinations.

La ministre du Tourisme du Québec, Mme Amélie Dionne, a d'ailleurs profité de sa tribune lors des Assises du tourisme 2026 pour annoncer de nouvelles initiatives en lien avec l'adoption de l'IA au sein du secteur¹ :

- 50 000 \$ sur deux ans au Groupe IA Tourisme afin que cet organisme à but non lucratif nouvellement constitué puisse poursuivre ses activités de sensibilisation et d'accompagnement.²
- 400 000 \$ sur trois ans à l'Observatoire de l'IA, des données et du tourisme (OIADT), dirigé par Paul Arseneault et formellement reconnu par le Conseil d'administration de l'UQAM le 23 avril 2026.³
- Confirmation que l'Alliance de l'industrie touristique du Québec mettra en œuvre des projets visant à améliorer l'utilisation des données et la découvrabilité de la destination sur les moteurs d'IA génératifs.

Selon de récentes données de Statistique Canada (StatCan), la proportion d'entreprises qui utilisent l'IA pour produire des biens et services a triplé en deux ans, tous secteurs confondus. Près d'un cinquième (19 %) des entreprises ont déclaré au 2^e trimestre de 2026 avoir utilisé l'IA pour produire des biens ou fournir des services comparativement à 12 % au 2^e trimestre de 2025 et de 6 % au 2^e trimestre de 2024.⁴

Cette édition de l'Escale économique brosse, à partir de ces données, un diagnostic de l'adoption de l'IA au sein des principales industries touristiques du Québec.

Récentes données sur l'adoption de l'IA

StatCan recueille chaque trimestre depuis le début de la pandémie dans l'*Enquête canadienne sur la situation des entreprises* (ECSE) des renseignements auprès des

¹ Cabinet de la ministre du Tourisme, *Assises du tourisme 2026 – Plus de 600 acteurs de l'industrie touristique réunis pour faire rayonner les régions du Québec*, 12 mai 2026

² IA Tourisme, *Le Groupe IA Tourisme franchit une nouvelle étape avec la création de son OBNL et la mise en place de son premier conseil d'administration*, 10 février 2026

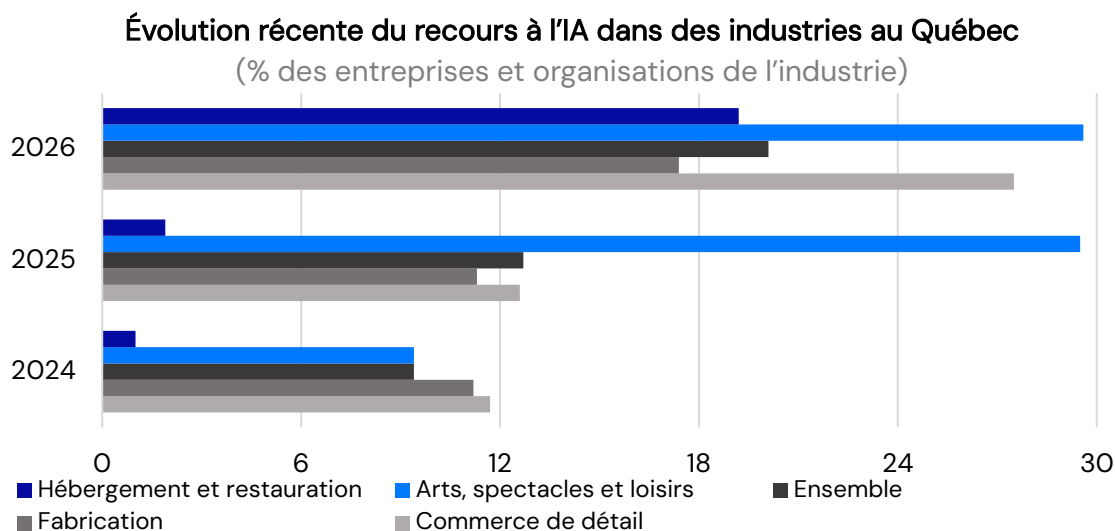
³ IA Tourisme, *L'Observatoire de l'IA, des données et du tourisme voit le jour à l'UQAM*, 28 mai 2026

⁴ Statistique Canada, *Le Quotidien – Enquête canadienne sur la situation des entreprises, deuxième trimestre de 2026*, 27 mai 2026

entrepreneurs canadiens sur les attentes, les conditions des entreprises et les enjeux émergents.^{5,6} Dans sa plus récente édition, StatCan a posé quatre questions sur l'IA à plus de 9 250 entreprises canadiennes entre le 1^{er} avril et le 6 mai 2026.

Recours à l'IA dans les industries touristiques⁷

La proportion d'entreprises dans les principales industries touristiques qui recourent à l'IA a progressé rapidement au Québec au cours des deux dernières années. Dans le secteur de l'Hébergement et la restauration, elle est passée de 1 % au 2^e trimestre de 2024 à 19 % au 2^e de 2026 et, dans les Arts, spectacles et loisirs, de 9 % à 30 %.



Aujourd'hui, le taux d'adoption de l'IA dans l'Hébergement et la restauration (19 %) se compare à celui dans l'ensemble de l'économie (20 %), devance celui dans la Fabrication (17 %), mais s'avère inférieur à celui observé dans le Commerce de détail (28 %). Toutefois, le taux d'adoption dans les Arts, spectacles et loisirs (30 %) surpasse ceux observés dans l'ensemble de l'économie, dans la Fabrication et dans le Commerce de détail.

Il n'en demeure pas moins qu'une proportion plus élevée d'entreprises dans les secteurs de l'Hébergement et de la restauration (47 %) ainsi que des Arts, spectacles et loisirs (45 %) que dans l'ensemble de l'économie (36 %) estime que

⁵ Statistique Canada, [Enquête canadienne sur la situation des entreprises](#)

⁶ Statistique Canada prévoit malheureusement mettre fin à cette enquête prochainement : l'ultime cycle de collecte de données aura lieu à l'été 2026 et l'ultime diffusion des résultats est prévue en août 2026 (Statistique Canada, [Produire des données de confiance en période de changement](#), 17 avril 2026).

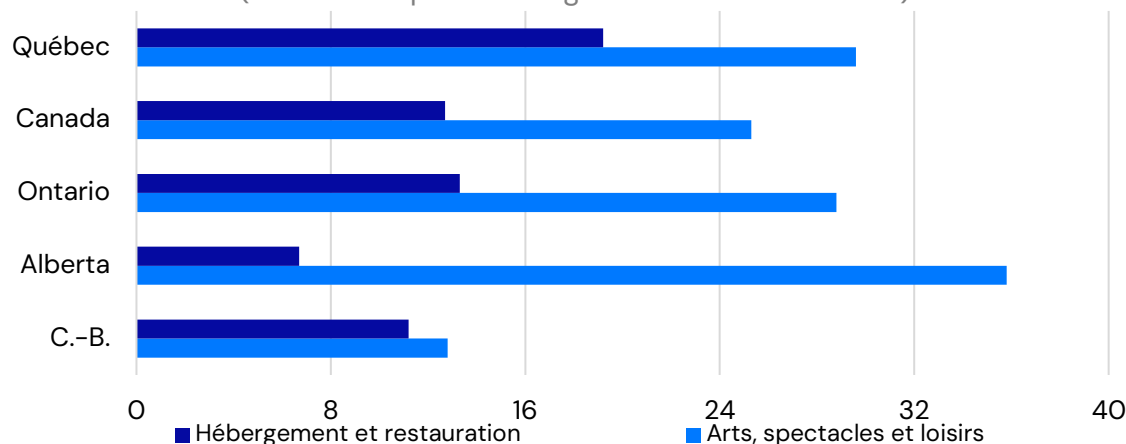
⁷ Malheureusement, au moment de publier cette édition de l'Escale économique, l'Alliance n'avait toujours pas reçu de StatCan la compilation spéciale de l'ECSE sur le secteur touristique et ses sous-secteurs. Conséquemment, nous nous sommes rabattus sur les données disponibles au grand public. Ce qui limite la couverture du secteur touristique. N'hésitez pas à contacter le CIAT de l'Alliance ultérieurement pour obtenir les données sur le secteur touristique dans son ensemble, le sous-secteur d'Hébergement, celui de la Restauration et celui des Arts et loisirs.

l'IA n'est pas pertinente pour les biens qu'elles produisent ou les services qu'elles fournissent.

Comparativement aux autres provinces, les entreprises québécoises de l'Hébergement et la restauration et des Arts, spectacles et loisirs se comparent relativement bien. Les taux d'adoption de l'IA au Québec dans ces industries (19 % et 30 %, respectivement) surpassent ceux observés au Canada (13 % et 25 %).

Comparaisons provinciales du recours à l'IA dans l'Hébergement et la restauration et dans les Arts, spectacles et loisirs au Québec, 2026

(% des entreprises et organisations de l'industrie)



Les principales utilisations de l'IA dans ces industries touristiques étaient :

1. L'analyse de textes (20 % des entreprises dans l'Hébergement et la restauration et 39 % dans les Arts, spectacles et loisirs);
2. Les agents virtuels ou robots conversationnels (20 % et 35 %);
3. L'analyse de données (21 % et 17 %).

Notons que l'automatisation du marketing était également populaire dans les Arts, spectacles et loisirs (34 %).

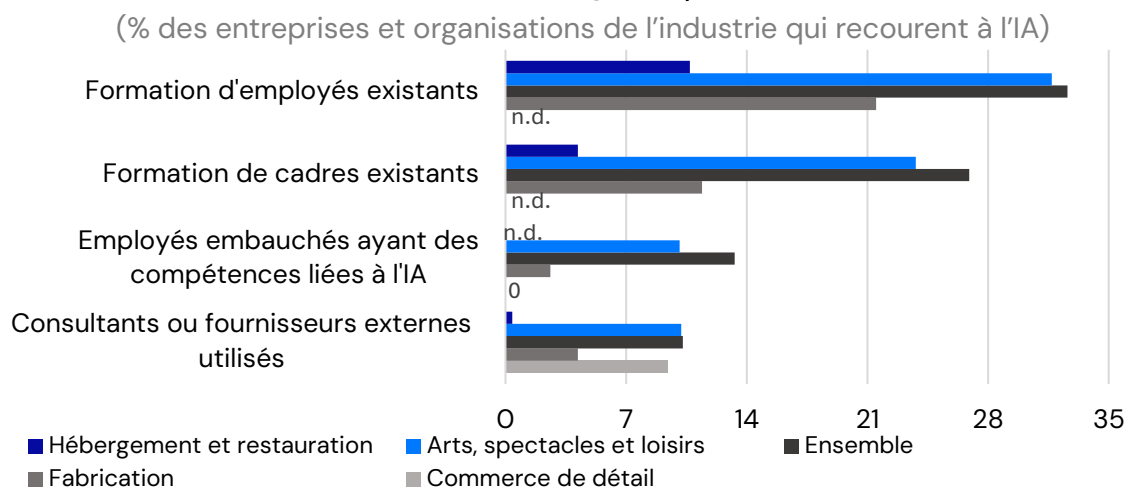
Changements aux pratiques de formation et de dotation

Le recours à l'IA provoque des changements dans les pratiques de formation et de dotation des entreprises et des organismes. Tous secteurs confondus, près de la moitié des entreprises et organismes ayant eu recours à l'IA au cours de la dernière année (48 %) ont apporté des changements. Or, une part moins grande des

entreprises dans l'Hébergement et la restauration (10 %) et dans les Arts, spectacles et loisirs (37 %) ont réalisé de tels changements.

La formation d'employés existants est le changement dans les pratiques de formation et de dotation en raison de l'IA la plus fréquente (11 % dans l'Hébergement et la restauration et 32 % dans les Arts, spectacles et loisirs) suivie de la formation de cadres existants (4 % et 24 %). Le recours à des ressources externes est plus rare : seule une entreprise sur dix qui utilise l'IA dans les Arts, spectacles et loisirs a embauché des employés ayant des compétences liées à l'IA (10 %) ou a embauché des consultants (10 %). Le recours à des ressources externes semble encore plus faible dans l'Hébergement et la restauration.⁸

Changements aux pratiques de formation et de dotation en raison de l'IA dans des industries au Québec, 2026



Obstacles qui limitent le recours à l'IA

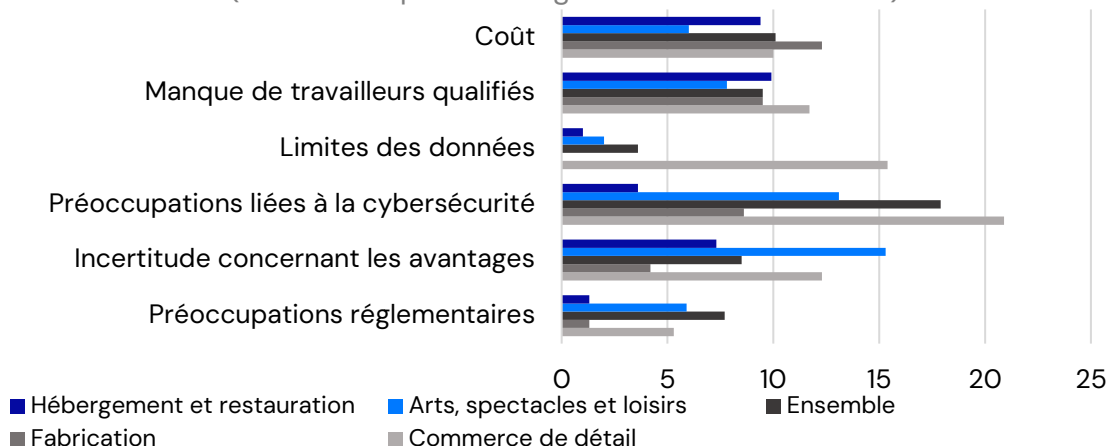
Les obstacles partagés par le plus grand nombre d'entreprises dans l'Hébergement et la restauration sont : le manque de travailleurs qualifiés (10 %), le coût (9 %) et l'incertitude concernant les avantages (7 %). Dans les Arts, spectacles et loisirs, ce sont : l'incertitude concernant les avantages (15 %), les préoccupations liées à la cybersécurité (13 %) et le manque de travailleurs qualifiés (8 %).

Près d'une entreprise sur trois (31 %) dans l'Hébergement et la restauration et plus d'une sur cinq dans les Arts, spectacles et loisirs jugent qu'il n'y a aucun obstacle à l'utilisation de l'IA. À l'échelle de l'économie, il s'agit d'une sur quatre (26 %).

⁸ Les données ne permettent qu'une déduction.

Obstacles qui limitent l'utilisation de l'IA dans des industries au Québec, 2026

(% des entreprises et organisations de l'industrie)



Applications concrètes de l'IA dans les sous-secteurs touristiques du Québec

Récemment, le [CIAT a confié à Absolue Stratégie](#) le mandat d'identifier et de décrire des applications concrètes de l'intelligence artificielle dans les cinq sous-secteurs touristiques : l'hôtellerie, la restauration, les loisirs et divertissements, le transport de personnes et les services de voyages (agences). L'objectif était de présenter des exemples d'adoption de solutions IA qui génèrent des résultats mesurables, ancrés dans la réalité des entreprises touristiques du Québec.

Cette étude est disponible en ligne dans la [bibliothèque de contenus du CIAT](#) sous la rubrique *Sondages et publications ponctuelles*.

Somme toute

Le virage est en cours. De plus en plus d'entreprises et d'organisations touristiques du Québec adoptent l'IA pour optimiser la prestation de leurs services et leur rentabilité. Les exemples d'applications sont nombreux et plusieurs expérimentent leur potentiel.

Il n'en demeure pas moins, à la lumière des statistiques analysées dans cette Escale économique, qu'une part importante des entreprises touristiques – près de la moitié de celles des industries de l'Hébergement et la restauration et des Arts, spectacles et loisirs – estime que l'IA n'est pas pertinente pour les services qu'elles fournissent.

Qui plus est, rares sont parmi les entreprises touristiques utilisatrices de l'IA celles qui font appel à des ressources externes – nouveaux employés ayant des compétences liées à l'IA ou consultants spécialisés – pour en exploiter pleinement le potentiel.

Je laisse à Copilot le mot de la fin : « Ensemble, transformons l'industrie touristique : formons-nous, expérimentons et collaborons pour faire de l'IA un avantage durable, au service d'expériences uniques, d'entreprises performantes et d'un Québec inspirant. » ⁹

Jean Laneville

Économiste, Centre d'intelligence d'affaires

⁹ « J'ai écrit une lettre économique sur l'adoption et les applications de l'IA dans les entreprises touristiques du Québec et j'aimerais que tu écrives un mot de la fin pertinent et sympathique qui mobilise et donne espoir en 30 mots maximum. Voici le document » Généré à l'aide de Microsoft Copilot, 5 juin 2026