Performance saisonnière

Bilan été 2025 - 1er avril au 13 octobre

Lanaudière
Tout pour plaire

Tourisme Lanaudière dévoile le bilan de la saison estivale 2025, dont les résultats sont tirés d'un sondage aux membres.

Sommaire

> Portrait global

Résultats pour toutes les catégories d'entreprises touristiques
Cliquez ici pour accéder directement à la section.

> Résultats : Événements, attractions et activités touristiques et restaurants

Cliquez ici pour accéder directement à la section.

> Résultats : Établissements d'hébergement

Cliquez ici pour accéder directement à la section.

Méthodologie

1. Période analysée

Le bilan de saison couvre la période du 1er avril au 13 octobre 2025.

2. Sondage

Les résultats sont tirés d'un sondage Web sur invitation réalisé du 17 au 27 octobre 2025 auprès de 436 membres de Tourisme Lanaudière, où 146 entreprises ont répondu à l'appel, pour un taux de réponse de 33 %. 99 questionnaires valides ont été retenus pour les analyses. À titre informatif, la marge d'erreur maximale d'un échantillon probabiliste de 99 répondants sur une population de 436 répondants est de ± 8,7 %, 19 fois sur 20.

3. Catégories d'entreprises

Le secteur des **événements, attractions et activités touristiques** comprend les entreprises des secteurs de l'agrotourisme / tourisme gourmand, culture et patrimoine, festival et événement, plein air et loisir et, spa et centre de santé.

Le secteur de **l'hébergement** comprend les entreprises de camping, chalet / appartement / résidence de tourisme, gîte touristique, hébergement collectif, hôtel, parc d'hébergement et pourvoirie.

4. Résultats

Il faut faire preuve de prudence face aux résultats pour les **restaurants** considérant une taille d'échantillon de huit répondants seulement.

Il faut faire preuve de prudence avant de tirer des conclusions à partir des analyses segmentées par **type d'établissement d'hébergement**, car les échantillons sont très petits. Néanmoins, même s'il y a un faible échantillon de répondants par catégorie, nous considérons que les entreprises répondantes sont représentatives de l'offre touristique pour leur catégorie respective.

5. Lexique

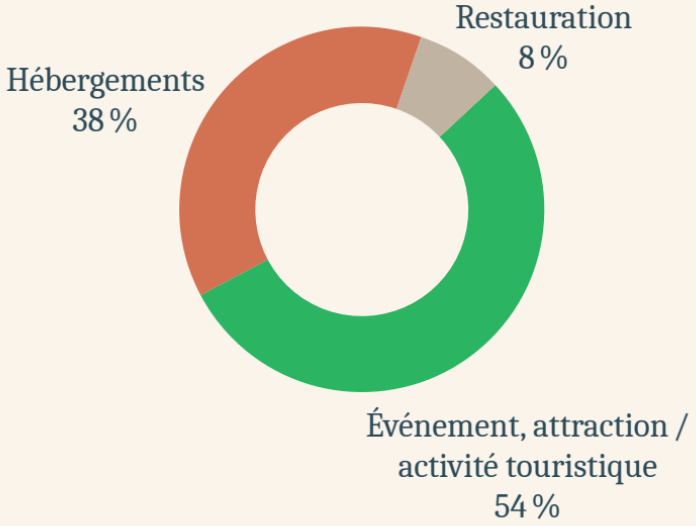
Le groupe des « **Autres MRC** » comprend les MRC de D'Autray, MRC de Joliette, MRC de L'Assomption, MRC de Montcalm et MRC Les Moulins.

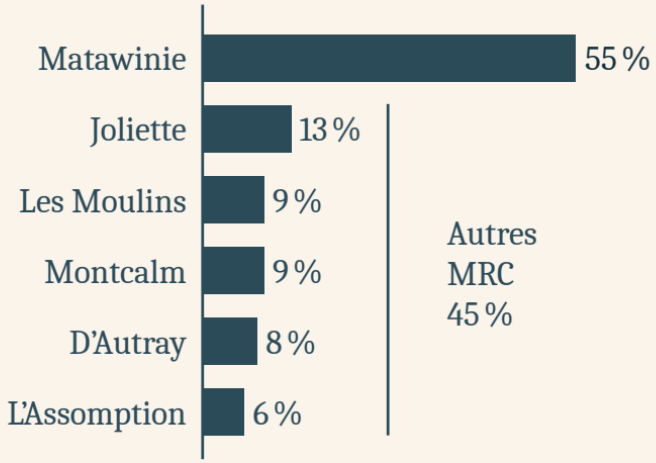
Profil de l'échantillon

(répondants du sondage aux membres)
(% entreprises)
n = 99

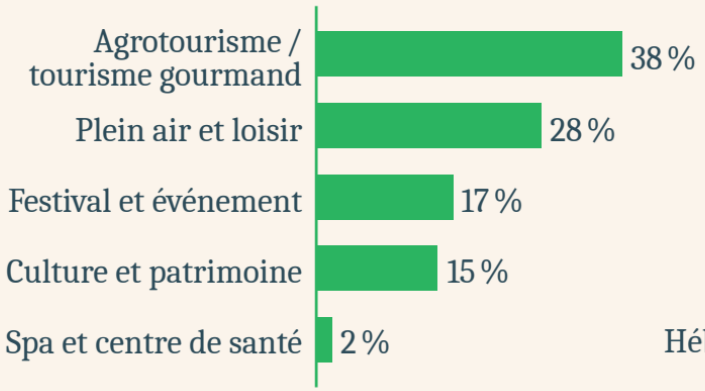
Secteurs d'activités
(n = 99)

MRC
(n = 99)

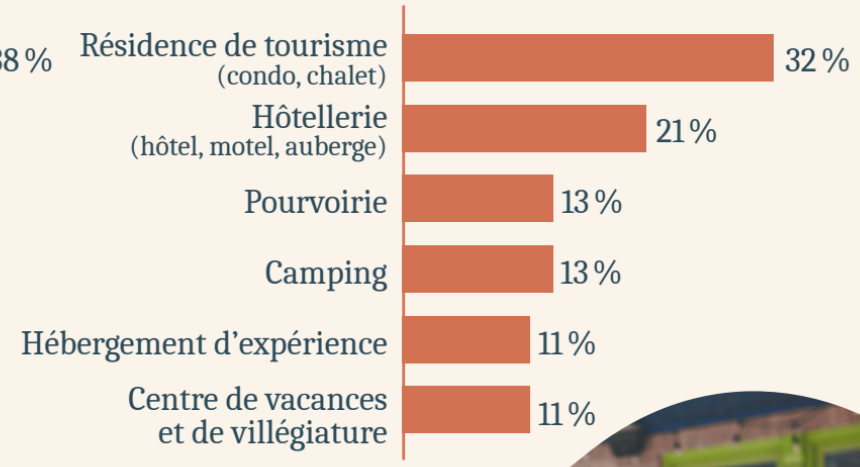




Types d'événements, attractions / activités touristique
(n= 53)



Type d'établissements d'hébergements
(n = 38)



Performance saisonnière - Été 2025

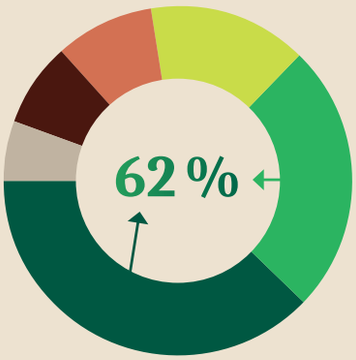
> Portrait global
Résultats pour toutes les catégories d'entreprises touristiques

Variation de l'achalandage par rapport à 2024
(% d'entreprises ayant enregistré une hausse)

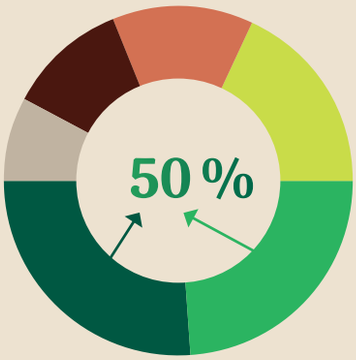
58 % des entreprises (toutes catégories confondues) ont enregistré une hausse de leur achalandage.

Dont,
32 % ont enregistré une hausse importante de leur achalandage de plus de 5 %.

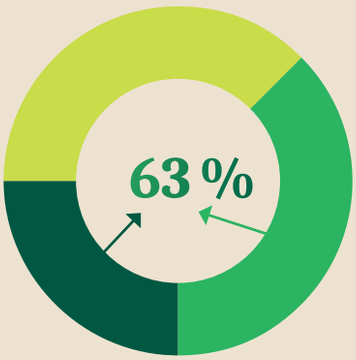
Événements, attractions et activités touristiques[1]
n = 53

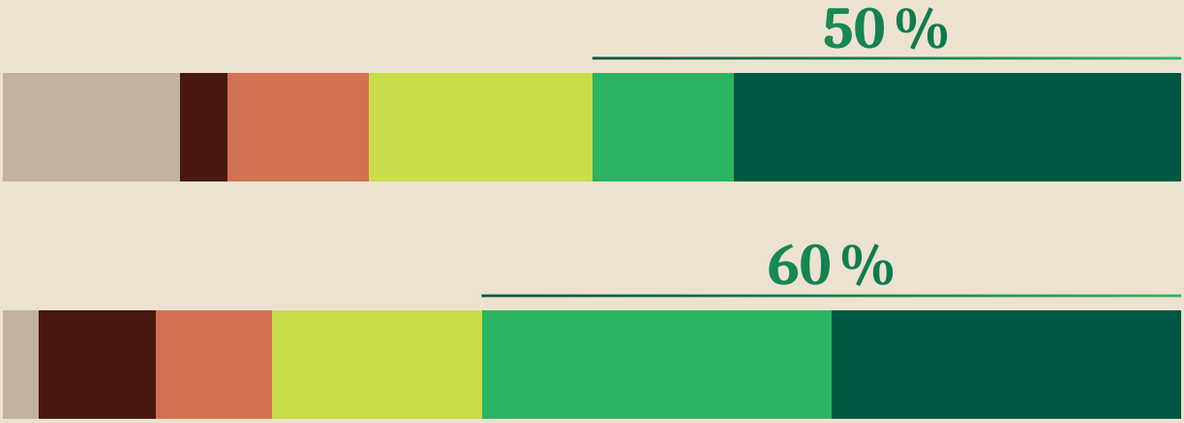


Établissements d'hébergement[2]
n = 38



Entreprises de restauration[3]
n = 8





NSP · Forte baisse (plus de 5 %) · Baisse légère (-1 % à -5 %) · Stable · Hausse légère (1 à 5 %) · Forte hausse (plus de 5 %)

CROISSANCE DE L'ACHALANDAGE

16,3 %
Hausse moyenne de l'achalandage estimée[2]
(n=38)

3,2 % Hausse moyenne de l'achalandage estimée dans les événements/attractions et activités touristiques[5]

7,2 % Hausse de la demande en hébergement[6]

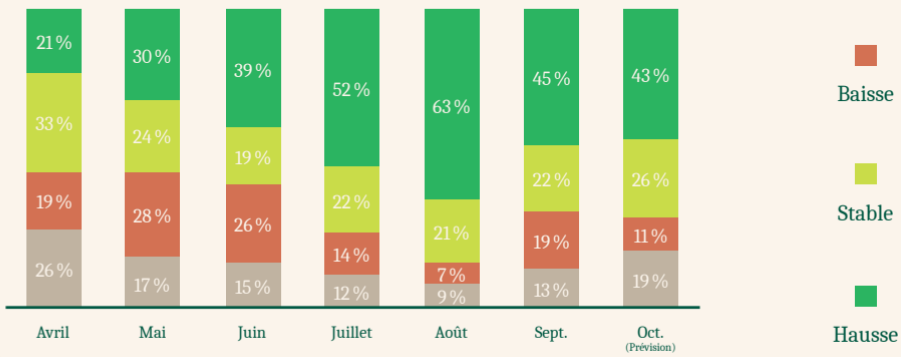
Quatre principales raisons de la stabilité ou de la hausse

1. Notoriété de l'établissement
2. Météo
3. Fidélisation de la clientèle
4. Campagne marketing de l'entreprise

La principale raison de la baisse : le contexte économique (inflation, taux de change)

Variation de l'achalandage par mois, 2025 vs 2024

n = 99



Mai et juin :
Des mois plus difficiles pour plus d'une entreprise sur quatre

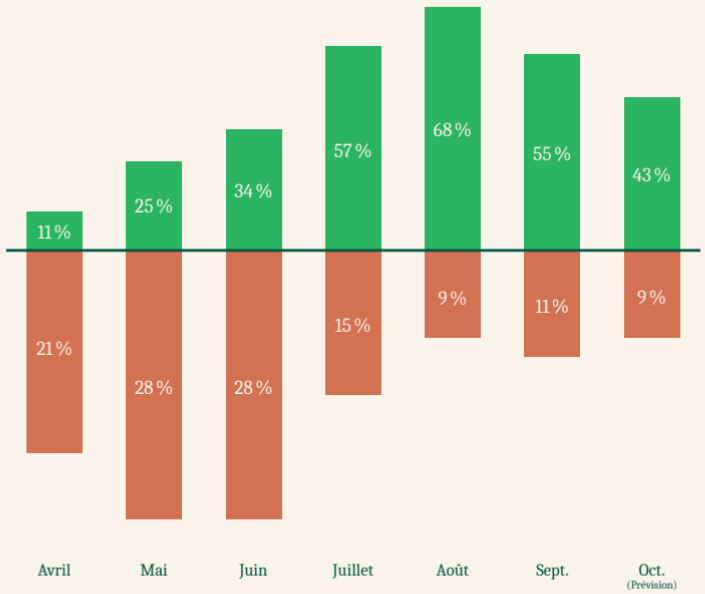
Juillet et août :
Une hausse d'achalandage pour une majorité d'entreprises

Variation de l'achalandage par mois par secteur d'activité, 2025 vs 2024

(% d'entreprises)

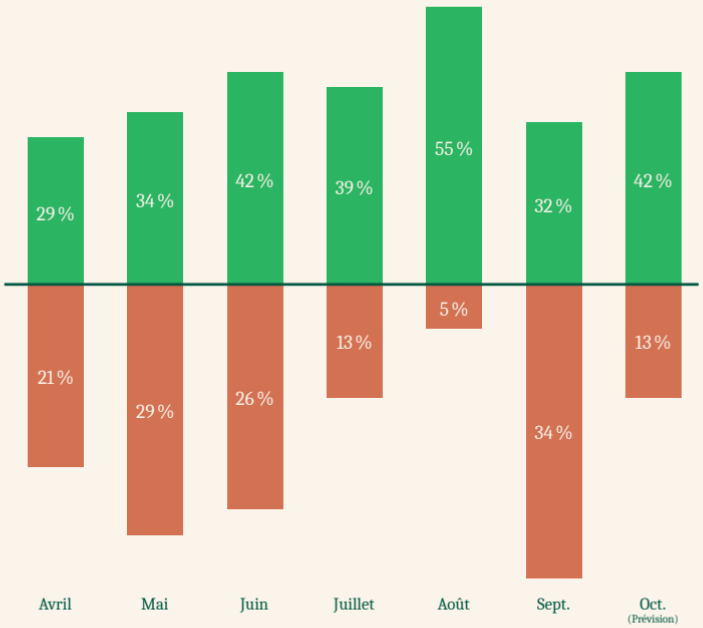
Événements, attractions et activités touristiques

n= 53



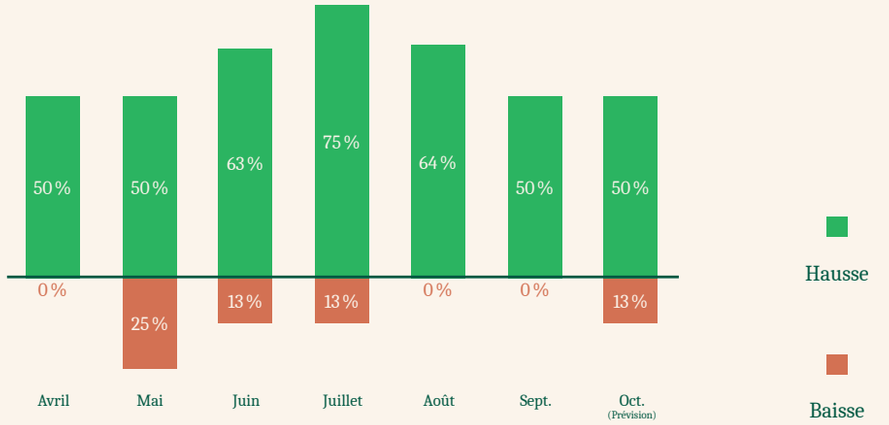
Établissements d'hébergement

n = 38



Restaurants

n = 8

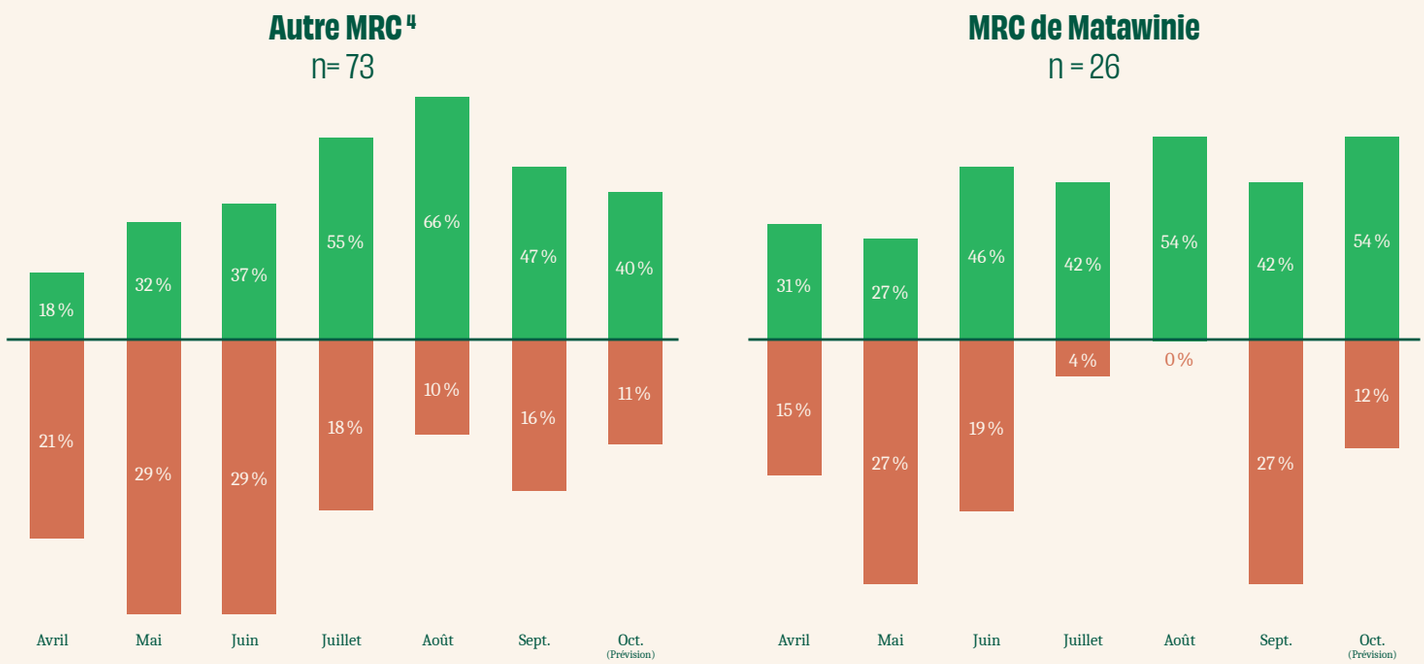


Les événements /attractions et activités touristiques ont été **moins nombreux** à enregistrer une hausse d'**avril à juin** que les établissements d'hébergement, mais **plus nombreux de juillet à septembre**.

Le graphique pour les restaurants est mis à titre indicatif seulement, car il faut interpréter les résultats avec prudence.

Variation de l'achalandage par mois par région, 2025 vs 2024

(% d'entreprises)



Les entreprises des « autres MRC » :

- Plus nombreuses à enregistrer une baisse en juillet et août ;
- Plus nombreuses à enregistrer une hausse de mai à septembre.

Hausse Baisse

Répartition de l'achalandage d'avril à septembre, par mois

(% sur 100 %)

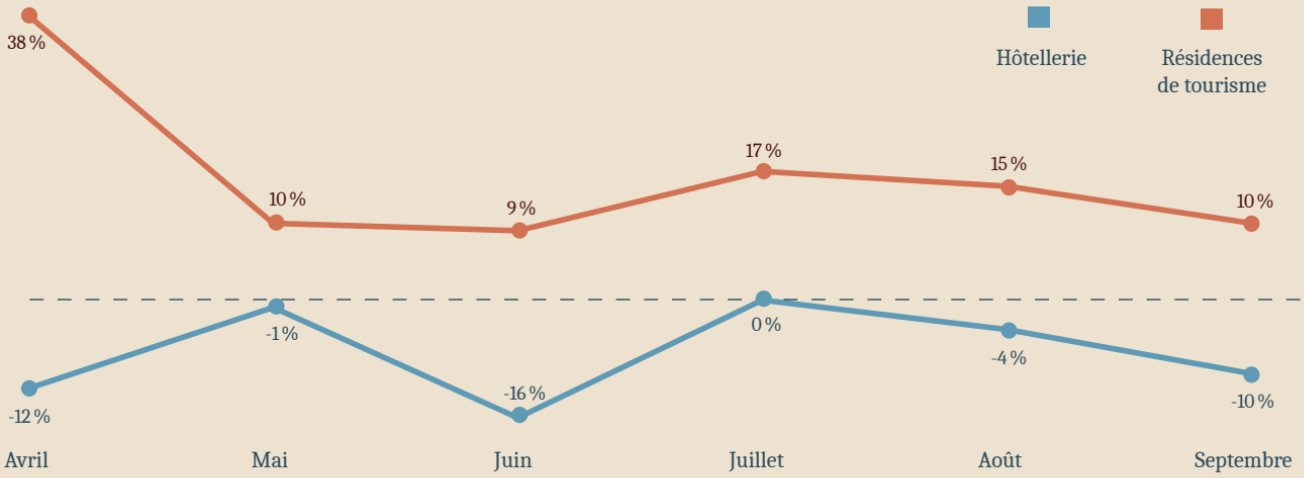
	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre
Événements / attractions et activités touristiques et restaurants (% de la clientèle) n = 26	6 %	14 %	17 %	24 %	24 %	16 %
Hébergement [3] (% de la demande en hébergement) n = 73	10 %	12 %	15 %	23 %	25 %	15 %

- Près de 50 % de la clientèle est concentrée en juillet et août.
- La clientèle est également répartie entre juillet et août.

Performance de l'hébergement
Taux de variation de la demande 2025 vs 2024 (%)

(données tirées des tableaux de bord du ministère du Tourisme)[6]

- Un été plus difficile pour la demande en hôtellerie
- Une performance inférieure à la moyenne provinciale pour l'ensemble de la saison pour l'hôtellerie (- 6,7 % vs 0,7 %), mais supérieure pour les résidences de tourisme – type résidences de tourisme (14,7 % vs 11,4 %)



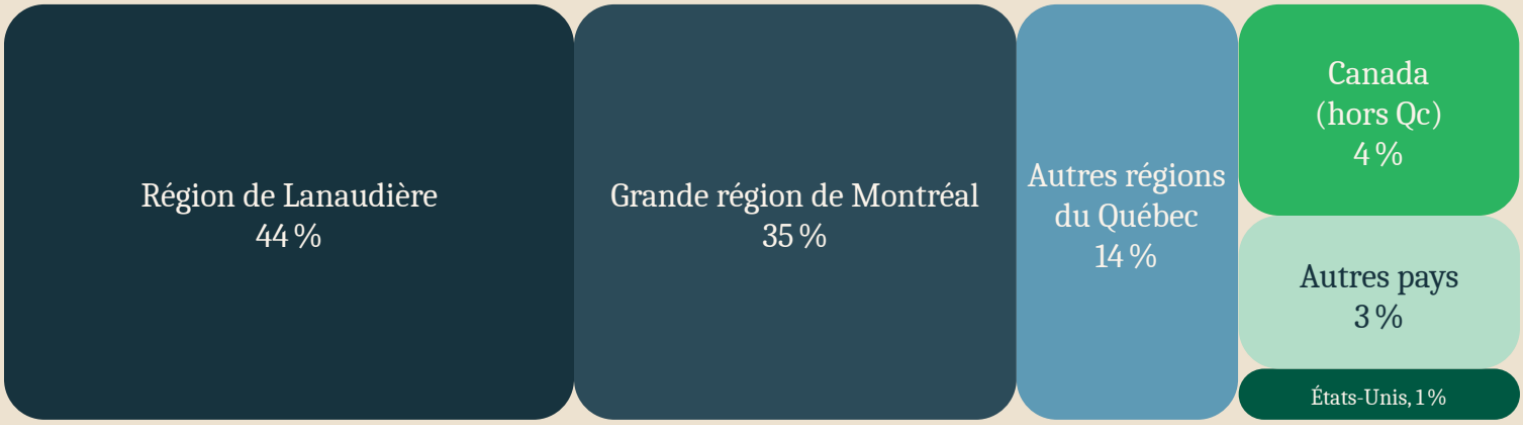
Moyenne d'avril à septembre

14,7 %

- 6,7 %

Provenance des visiteurs

(% moyen de la clientèle par marché) n = 99



En moyenne 44 % de la clientèle provient de la **région de Lanaudière**.

Des taux moyens pour les secteurs suivants à :

- **57 %** pour les événements/attractions et activités touristiques
- **54 %** pour les restaurants
- **49 %** des entreprises des « autres MRC »

35 % de la clientèle provient **de la grande région de Montréal** *(île de Montréal, Laval, Laurentides, Montérégie)*

Des taux moyens pour les secteurs suivants à :

- **48 %** des établissements d'hébergement
- **46 %** des entreprises de la MRC de Matawinie

Variation de la clientèle selon la provenance en 2025 vs 2024 (% d'entreprises)

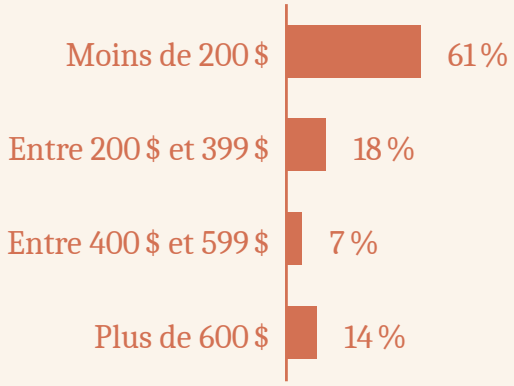
1 entreprise sur **3** constate une **STABILITÉ** de tous les marchés

35 % ont enregistré une **HAUSSE** de la clientèle du grand Montréal

	Baisse	Stable	Hausse	NSP
Région Lanadière	4 %	42 %	28 %	25 %
Grande région de Montréal	6 %	33 %	35 %	25 %
Autres régions du Québec	7 %	34 %	27 %	31 %
Canada hors Québec	4 %	42 %	12 %	41 %
États-Unis	14 %	32 %	10 %	43 %
Autres pays	5 %	38 %	10 %	46 %

Montant dépensé par les visiteurs par entreprise durant la saison estivale

Estimation du montant moyen dépensé
(% d'entreprises) n = 94



245 $
montant moyen dépensé par visiteurs[8]

146 $ Événements, attractions / activités touristiques

446 $ Établissements d'hébergement

219 $ Autres MRC

318 $ MRC de Matawinie

Résultats tirés d'un sondage Web sur invitation réalisé du 17 au 27 octobre 2025 auprès de 436 membres de Tourisme Lanaudière où 146 entreprises ont répondu à l'appel, pour un taux de réponse de 33 %. 99 questionnaires valides ont été retenus pour les analyses. À titre informatif, la marge d'erreur maximale d'un échantillon probabiliste de 99 répondants sur une population de 436 répondants est de ± 8,7 %, 19 fois sur 20.

1. Le secteur des événements, attractions et activités touristiques comprend les entreprises des secteurs de l'agrotourisme / tourisme gourmand, culture et patrimoine, festival et événement, plein air et loisir et, spa et centre de santé.
2. Le secteur de l'hébergement comprend les entreprises de camping, chalet/appartement/résidence de tourisme, gîte touristique, hébergement collectif, hôtel, parc d'hébergement et pourvoirie.
3. Il faut faire preuve de prudence face aux résultats pour les restaurants considérant une taille d'échantillon de huit répondants seulement.
4. Le groupe des « Autres MRC » comprend les MRC de D'Autray, MRC de Joliette, MRC de L'Assomption, MRC de Montcalm et MRC Les Moulins.
5. Taux de croissance calculé à partir des données absolues d'achalandage fournies par 38 entreprises touristiques dans le cadre du sondage du bilan de saison à partir de la question suivante : *Afin d'améliorer la mesure de la performance de notre destination, merci de nous partager vos chiffres d'achalandage (ou de fréquentation) par mois pour les saisons estivales 2024 et 2025.* Le taux pour les événements / attractions ou activités touristiques est calculé à partir de 22 répondants.
6. Source : Ministère du Tourisme. Tableau de bord : Hébergement 360.
7. Source : Ministère du Tourisme : Enquête sur la fréquentation des établissements d'hébergement.
8. Calcul de la moyenne à partir de la moyenne des classes. Basé sur un maximum de 750 $. Question du sondage : *Quel est le budget moyen que le visiteur a dépensé dans votre établissement durant la saison estivale ?*

Performance saisonnière - Été 2025

> Résultats pour la catégorie : Événements, attractions et activités touristiques et restaurants

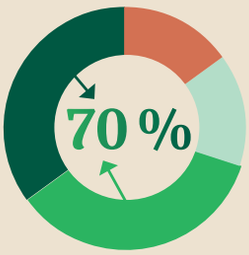
(% d'entreprises ayant enregistré une hausse)

Variation de l'achalandage par rapport à 2024
(% d'entreprises ayant enregistré une hausse)

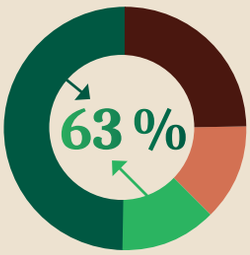
63 % des événements, attractions et activités touristiques et des entreprises de restauration ont enregistré une hausse d'achalandage, **dont 38 %** ont enregistré une hausse importante de plus de 5 %.

4 % hausse de l'achalandage estimée dans les événements / attractions et activités touristiques et les restaurants pour la saison[1]

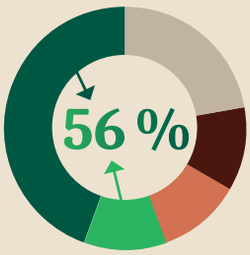
Agrotourisme et tourisme gourmand
n = 20



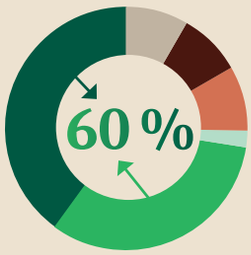
Culture et patrimoine[2]
n = 8



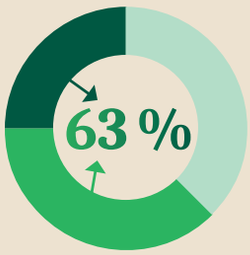
Festival et événement[2]
n = 9



Plein air et loisir
n = 15



Entreprises de restauration[2]
n = 8



NSP | Forte baisse (plus de 5 %) | Baisse légère (-1 % à -5 %) | Stable | Hausse légère (5 à 5 %) | Forte hausse (plus de 5 %)

% d'entreprises ayant enregistré une hausse de leur achalandage

70 %
MRC de Matawinie

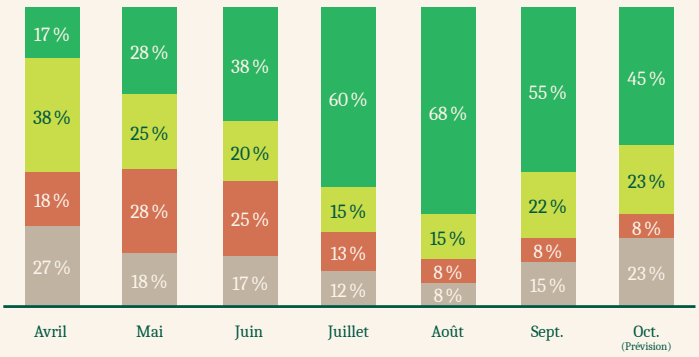
61 %
Autres MRC[3]

Trois principales raisons de la stabilité ou de la hausse

1. Météo
2. Notoriété de l'établissement
3. Fidélisation de la clientèle

La principale raison de la baisse : le contexte économique (inflation, taux de change)

Variation de l'achalandage par mois, 2025 vs 2024
(% d'entreprises) n = 60



NSP

Baisse

Stable

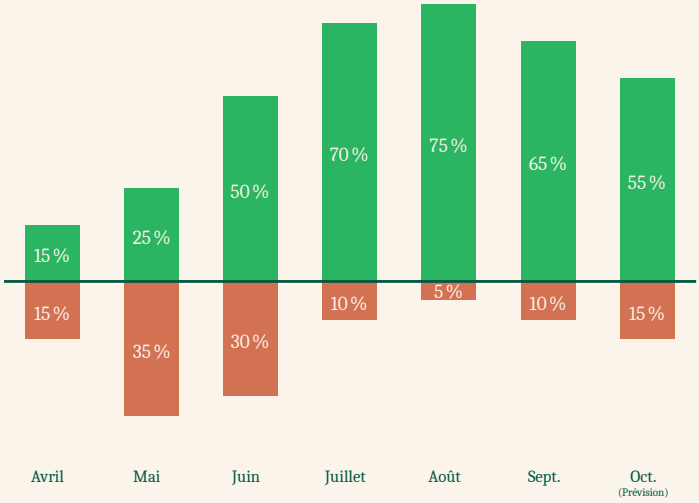
Hausse

Mai et juin :
Des mois plus difficiles pour plus d'une entreprise sur quatre.

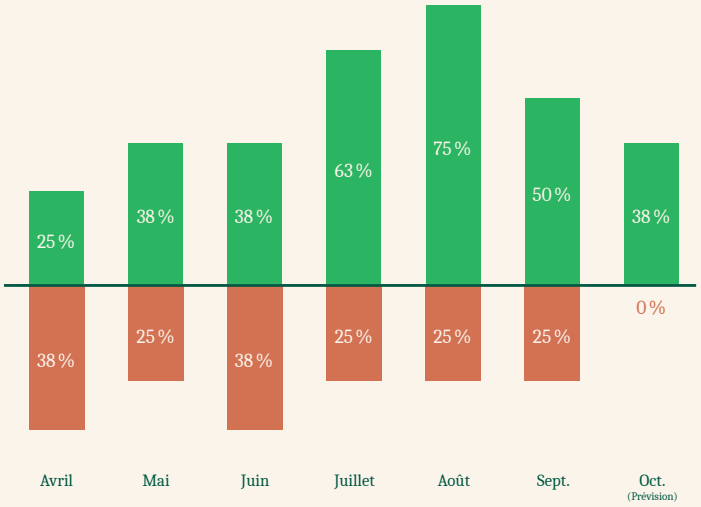
Juillet à septembre :
Une hausse de l'achalandage pour une majorité, particulièrement en août.

Variation de l'achalandage par mois par secteur d'activité, 2025 vs 2024
(% d'entreprises)

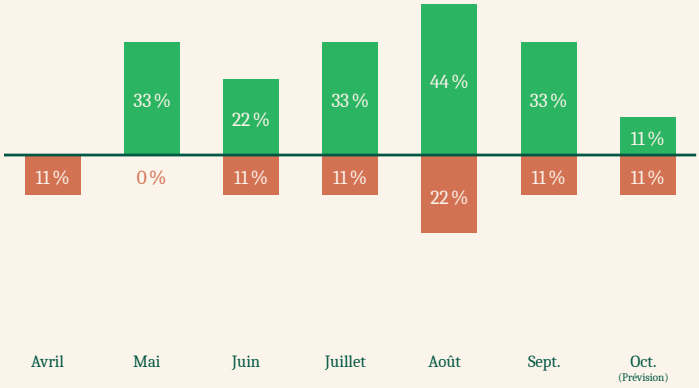
Agrotourisme et tourisme gourmand
(n = 20)



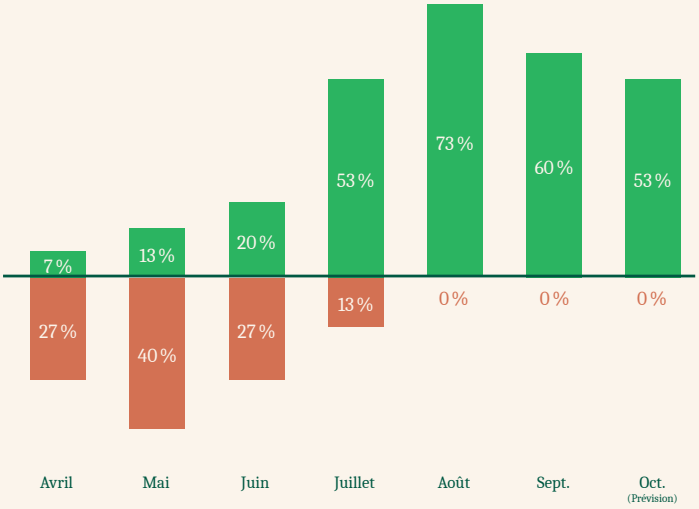
Culture et patrimoine [2]
(n = 8)



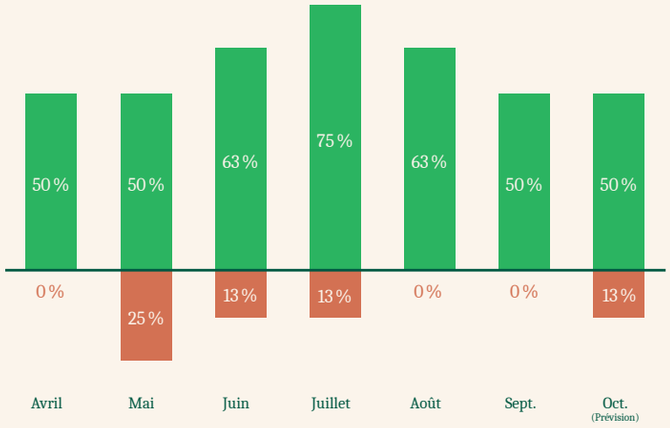
Festival et événement [2]
(n = 9)



Plein air et loisir
(n = 15)



Restauration [1]
(n = 8)



Une saison qui démarre en juin et se poursuit à la hausse pour une majorité d'entreprise de l'agrotourisme et le tourisme gourmand, en juillet pour les attractions de culture et patrimoine et d'activités de plein air et de loisir.

Provenance des visiteurs des entreprises des secteurs de la culture, du patrimoine des événements et des restaurants

(% moyen de la clientèle par marché)

En moyenne 57 % de la clientèle provient de la **région de Lanaudière**.

Des taux moyens pour les secteurs suivants à :

- **67 %** pour les événements/attractions et activités touristiques
- **59 %** pour les activités agrotouristiques et de tourisme gourmand
- **43 %** pour les activités de plein air et de loisir

28 % de la clientèle provient **de la grande région de Montréal** *(île de Montréal, Laval, Laurentides, Montérégie)*

Des taux moyens pour les secteurs suivants à :

- **37 %** pour le secteur du plein air et des loisir
- **28 %** pour les activités agrotouristiques et de tourisme gourmand
- **21 %** pour les événements/attractions et activités touristiques

Variation de la clientèle selon la provenance en 2025 vs 2024 (% d'entreprises)

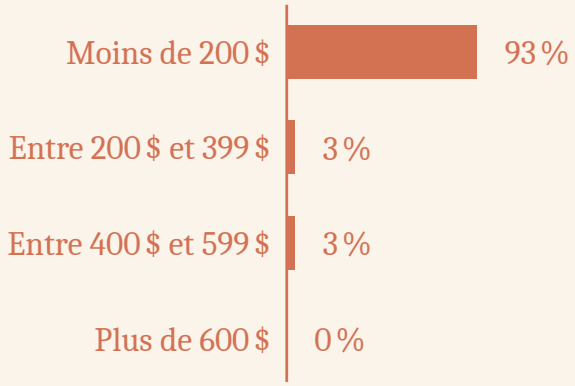
1 entreprise sur **3** constate une **STABILITÉ** de tous les marchés

39 % ont enregistré une **HAUSSE** de la clientèle du grand Montréal

	Baisse	Stable	Hausse	NSP
Région Lanadière	5 %	44 %	30 %	21 %
Grande région de Montréal	3 %	36 %	39 %	21 %
Autres régions du Québec	7 %	33 %	30 %	31 %
Canada hors Québec	2 %	46 %	10 %	43 %
États-Unis	13 %	36 %	8 %	43 %
Autres pays	2 %	39 %	7 %	48 %

Montant moyen dépensé par les visiteurs par entreprise durant la saison estivale

Estimation du montant moyen dépensé
(% d'entreprises) n = 57



121 $
montant moyen dépensé par visiteurs[4]

100 $ Agrotourisme et tourisme gourmand (n = 20)
137 $ Culture, patrimoine et événement (n = 16)
146 $ Plein air et loisir (n = 13)
100 $ Restauration (n = 8)

Résultats tirés d'un sondage Web sur invitation réalisé du 17 au 27 octobre 2025 auprès de 436 membres de Tourisme Lanaudière où 146 entreprises ont répondu à l'appel, pour un taux de réponse de 33 %. 99 questionnaires valides ont été retenus pour les analyses dont 60 dans le secteur des événements/attractions et activités touristiques ainsi que de la restauration. À titre informatif, la marge d'erreur maximale d'un échantillon probabiliste de 60 répondants sur une population de 294 entreprises est de ± 11,3 %, 19 fois sur 20.

1. Taux de croissance calculé à partir des données absolues d'achalandage fournies par 26 entreprises des secteurs des événements, des attractions et activités touristiques et de la restauration.
2. Il faut faire preuve de prudence face aux résultats pour les attractions de type culture et patrimoine, pour les événements et pour les restaurants considérant la taille de l'échantillon.
3. Le groupe des « Autres MRC » comprend les MRC de D'Autray, MRC de Joliette, MRC de L'Assomption, MRC de Montcalm et MRC Les Moulins.
4. Calcul de la moyenne à partir de la moyenne des classes. Basé sur un maximum de 750 $. Question du sondage : Quel est le budget moyen que le visiteur a dépensé dans votre établissement durant la saison estivale ?

Performance saisonnière - Été 2025

> Résultats pour la catégorie : Établissements d'hébergement

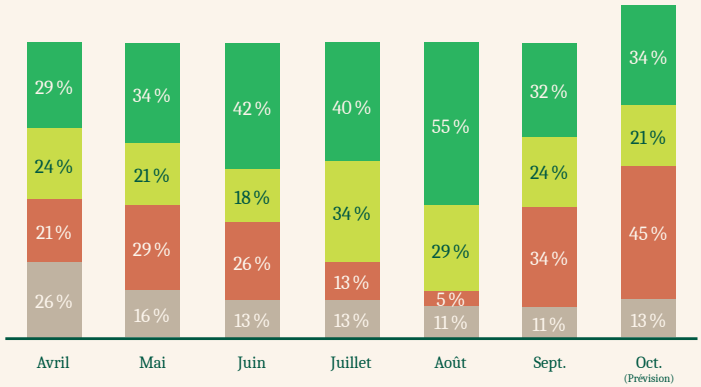
Entreprises ayant enregistré une hausse d'achalandage par rapport à 2024[1] (% d'entreprises)

50 %
des établissements d'hébergement ont enregistré une HAUSSE de leur achalandage

dont, 26 %
ont enregistré une HAUSSE importante de leur achalandage de plus de 5 % (n = 38)

80 % Camping (n = 5)
20 % Pourvoirie (n = 5)
58 % Résidence de tourisme (n = 12)
50 % Hôtellerie (n = 8)
50 % Hébergement d'expérience (n = 4)
25 % Centre de vacances et de villégiature (n = 4)

Variation de l'achalandage par mois, 2025 vs 2024



NSP

Baisse

Stable

Hausse

Mai et juin :
Des mois plus difficiles pour plus d'une entreprise sur quatre

Août :
Une hausse de l'achalandage pour une majorité

Septembre et octobre :
Un automne difficile pour plus du tiers

% d'entreprises ayant enregistré une hausse de leur achalandage par territoire

38 %
MRC de Matawinie

59 %
Autres MRC [2]

Deux principales raisons de la stabilité ou de la hausse

1
Notoriété de l'établissement

2
Fidélisation de la clientèle

La principale raison de la baisse : le contexte économique (inflation, taux de change)

Performance de l'hébergement

(données tirées des tableaux de bord du ministère du Tourisme) [1]

7,2 %
Hausse de la demande en hébergement pour la saison

-6,7 %
Hôtellerie

14,7 %
Résidences de tourisme

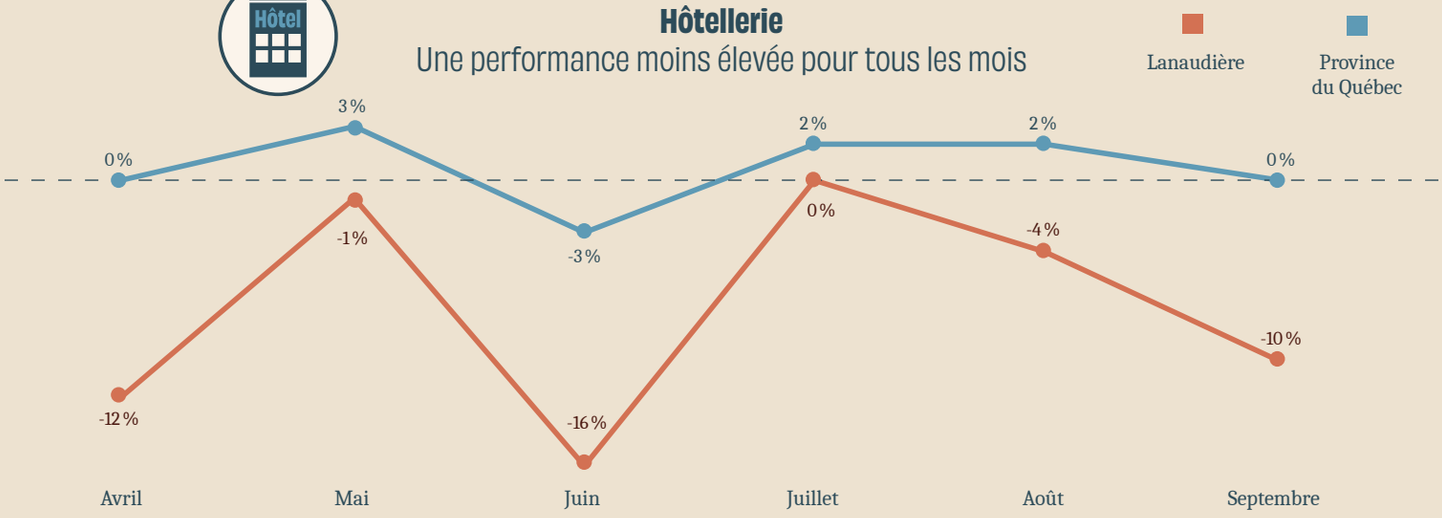
Taux de variation de la demande par rapport à 2024, d'avril à septembre [3]
(% de croissance)

- Un été plus difficile pour la demande en hôtellerie
- Une performance inférieure à la moyenne provinciale pour l'ensemble de la saison pour l'hôtellerie (-6,7 % vs 0,7 %), mais supérieure pour les résidences de tourisme (14,7 % vs 11,4 %)

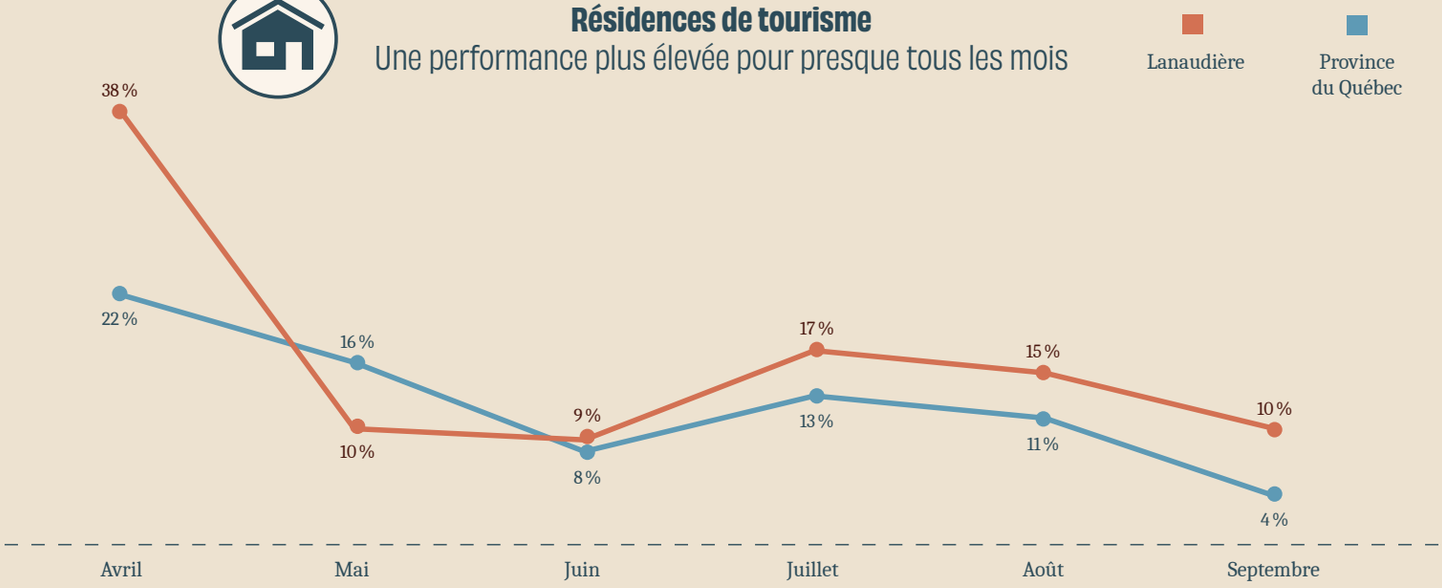
Taux de variation de la demande par mois, 2025 vs 2024.
Comparatif Lanaudière et province du Québec

(% de croissance)

Hôtellerie
Une performance moins élevée pour tous les mois



Résidences de tourisme
Une performance plus élevée pour presque tous les mois



Performance de l'hébergement – Taux d'occupation dans Lanaudière, d'avril à septembre
Comparatif 2025 vs 2024 (%)

(données tirées des tableaux de bord du ministère du Tourisme[4] et des données d'AirDNA[6])

Hôtellerie[7]

47,5 %
Taux d'occupation

D'avril à septembre, taux moins élevé que la moyenne provinciale (67,3 %)

-3,2 %
Écart avec 2024

Un taux d'occupation moins élevé par rapport à un taux d'occupation de 50,9 % pour la même période en 2024

Résidences de tourisme[8]

52,6 %
Taux d'occupation

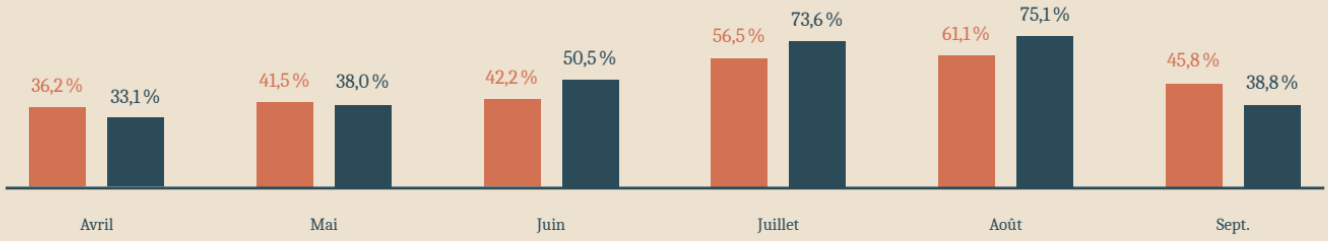
D'avril à septembre, taux moins élevé que la moyenne provinciale (67,3 %)

1,8 %
Écart avec 2024

Un taux d'occupation plus élevé par rapport à un taux d'occupation de 50,7 % pour la même période en 2024

Taux d'occupation de l'hébergement par mois dans Lanaudière

(soit le nombre d'unités occupées sur le nombre d'unités disponibles)



Prix moyen de location, d'avril à septembre

Hôtellerie [4]

179,90 $

+4,3 %
Écart avec 2024

Résidences de tourisme [6]

309,18 $

-2,3 %
Écart avec 2024

Revenus moyens par unité disponible, d'avril à septembre

Hôtellerie [4]

85,80 $

-2,3 %
Écart avec 2024

Résidence de tourisme [6]

162,86 $

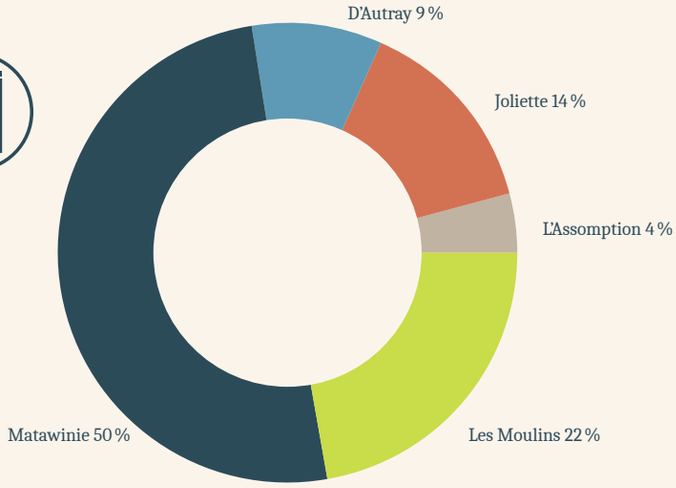
+1,68 %
Écart avec 2024

Performance d'avril à septembre par MRC

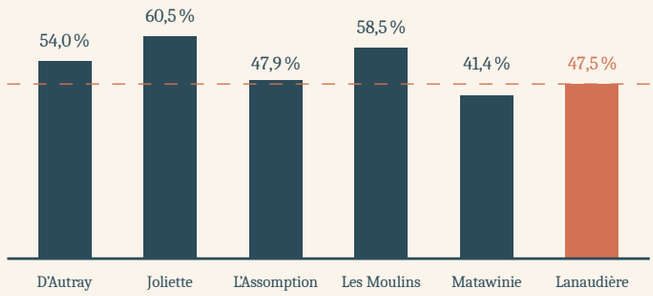
(données tirées des tableaux de bord du ministère du Tourisme[5] et des données d'AirDNA[6])

Hôtellerie

Part des unités occupées par MRC (%)
(% d'unités occupées de la MRC
sur total des unités occupées dans Lanaudière)

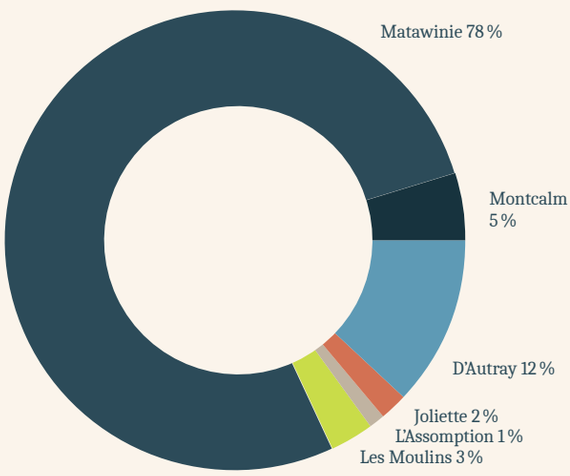


Taux d'occupation par MRC (%)
(% d'unités occupées
sur le nombre d'unités disponibles par MRC)

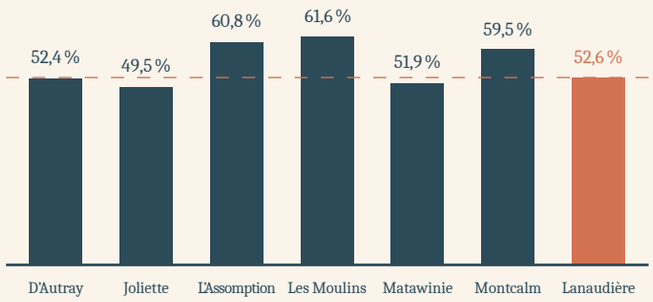


Résidences de tourisme

Part des unités occupées par MRC (%)
(% d'unités occupées de la MRC
sur total des unités occupées dans Lanaudière)



Taux d'occupation par MRC (%)
(% d'unités occupées
sur le nombre d'unités disponibles par MRC)



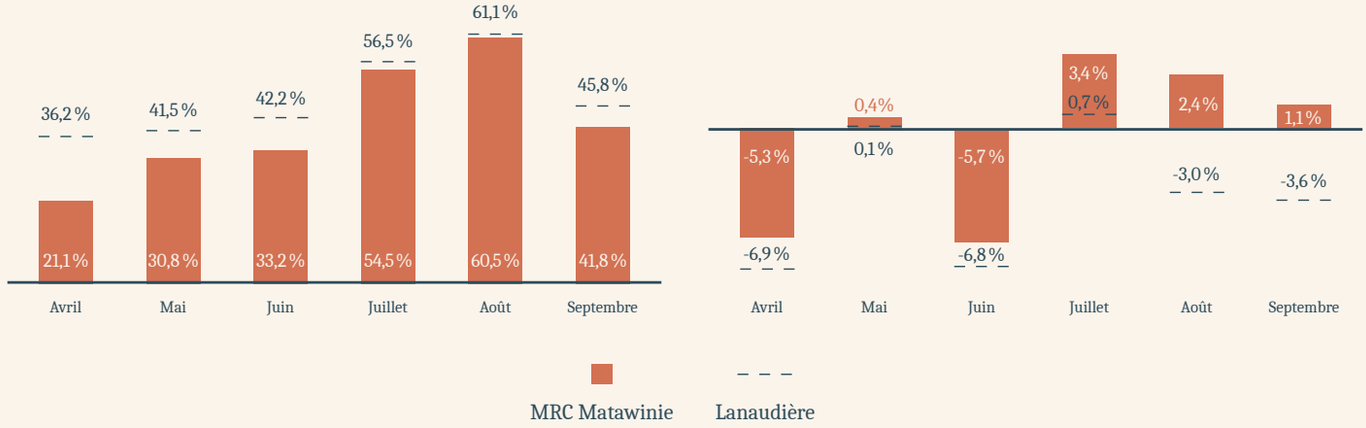
Performance dans la MRC de Matawinie

Hôtellerie[5]

- Une performance moins élevée pour tous les mois pour la MRC, quoique proche de la moyenne régionale en juillet et août.
- Avec un taux d'occupation pour la saison de 41,4 %, c'est un écart moyen de - 0,7 point de pourcentage par rapport à la saison 2024.
  - Un écart moins important que celui observé de - 3,2 pour la saison dans la région de Lanaudière.
  - Une meilleure performance que la moyenne régionale avec des écarts moins importants pour tous les mois.

Taux d'occupation par mois pour la MRC
(% des unités occupées par unités disponibles)

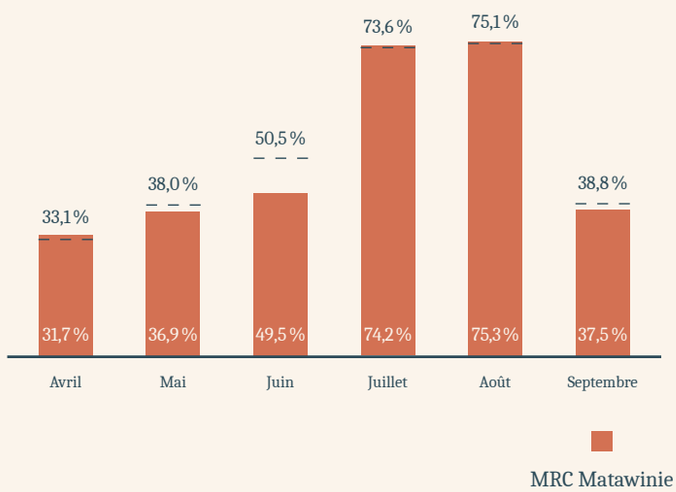
Écart du taux d'occupation vs 2024
(en point de pourcentage)



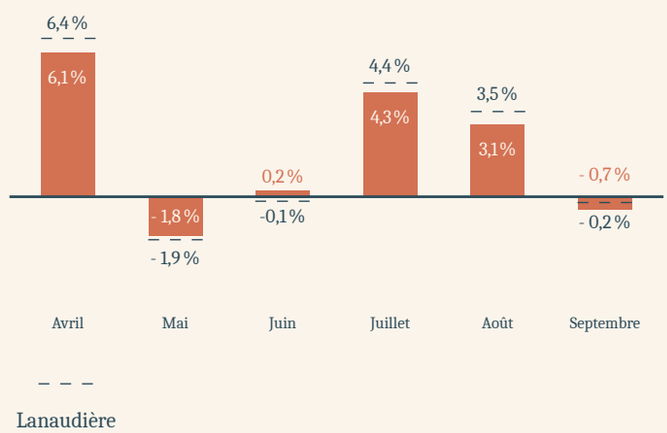
Résidences de tourisme [6]

- Un taux d'occupation et une croissance par rapport à 2024 très similaires à la moyenne régionale.
- Un mois d'avril qui a nettement mieux performé qu'en 2024 avec un écart de 6,1 points de pourcentage.
- Des moins de juillet et août avec des taux d'occupation de plus de 70 %, en croissance par rapport à 2024 avec des écarts de 4,3 points en juillet et de 3,1 points en août.

Taux d'occupation par mois pour la MRC



Écart du taux d'occupation vs 2024



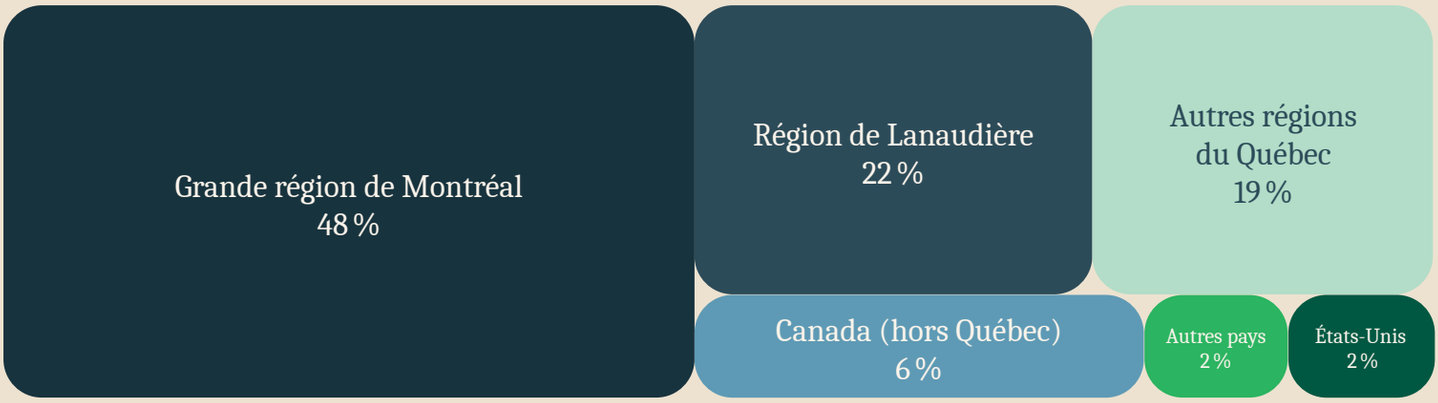
MRC de Matawinie (suite) – Résidences de tourisme (suite)
Taux d'occupation par municipalité

- Des taux d'occupation plus élevés dans toutes les municipalités de la MRC pour les mois de juillet et août.
- Chertsey et Entrelacs se démarquent par des taux d'occupation supérieurs en juillet et août, mais aussi pour l'ensemble de la saison, d'avril à septembre.

	Moyenne d'avril à sept.	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept.
Chertsey	57,3	35,1	41,8	56,9	84,2	83,5	42,2
Entrelacs	57,9	37,7	43,6	62,3	81,0	81,6	41,1
Rawdon	49,0	31,5	37,7	49,3	67,5	70,2	37,5
Saint-Michel-des-Saints	52,4	30,3	34,6	54,3	78,4	78,3	38,7
Saint-Alphonse-Rodriguez	54,9	39,6	45,1	51,5	77,5	75,1	40,6
Saint-Côme	45,7	29,4	32,1	41,9	67,5	71,1	32,0
Saint-Donat	48,4	25,9	43,7	51,5	73,5	62,0	34,5
Sainte-Béatrix	45,9	32,0	31,2	41,9	66,2	68,0	36,1
Sainte-Émélie-de-l'Énergie	54,5	34,9	44,0	51,0	75,3	78,3	43,7

Provenance des visiteurs dans les établissements d'hébergement (toutes catégories d'hébergements confondus)

(% moyen de la clientèle par marché) n = 33



En moyenne 48 % de la clientèle provient de la **grande région de Montréal**.

Des taux qui grimpent pour les secteurs et territoires suivants à :

- **83 %** pour les centres de vacances et de villégiature
- **52 %** pour les résidences de tourisme

22 % de la clientèle provient **de la région de Lanaudière**.

- Un taux qui grimpe à **45 %** pour les campings

Variation de la clientèle selon la provenance (% d'entreprises)

29 %
ont enregistré une HAUSSE de la clientèle du grand Montréal

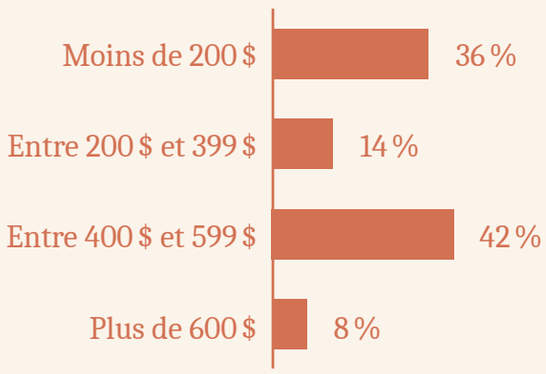
16 %
ont enregistré une BAISSE du marché américain

	Baisse	Stable	Hausse	NSP
Région Lanadière	3 %	39 %	26 %	32 %
Grande région de Montréal	11 %	29 %	29 %	32 %
Autres régions du Québec	8 %	37 %	24 %	32 %
Canada hors Québec	8 %	37 %	16 %	39 %
États-Unis	16 %	26 %	13 %	45 %
Autres pays	5 %	37 %	8 %	45 %

Montant moyen dépensé par les visiteurs par établissement durant la saison estivale

Estimation du montant moyen dépensé

(% d'entreprises) n = 36



446 $
montant moyen dépensé par visiteurs [8]

394 $ Camping (n = 4)

275 $ Hôtellerie (n = 8)

557 $ Résidence de tourisme (n = 11)

487 $ Hébergement d'expérience (n = 4)

490 $ Pourvoirie (n = 5)

443 $ Centre de vacances et de villégiature (n = 4)

Nombre moyen de nuitées - Tout type d'hébergement

2,6 %

Moyenne Lanaudière (n = 35)

3 Camping (n = 5)

1,4 Hôtellerie (n = 8)

2,8 Résidence de tourisme (n = 10)

2 Hébergement d'expérience (n = 4)

3,2 Pourvoirie (n = 5)

4,3 Centre de vacances et de villégiature (n = 3)

2,9 %

MRC de Matawinie (n = 4)

2,4 %

Autres MRC[2] (n = 21)

Résultats tirés d'un sondage Web sur invitation réalisé du 17 au 27 octobre 2025 auprès de 436 membres de Tourisme Lanaudière où 146 entreprises ont répondu à l'appel, pour un taux de réponse de 33 %. 99 questionnaires valides ont été retenus pour les analyses dont 38 établissements d'hébergement. À titre informatif, la marge d'erreur maximale d'un échantillon probabiliste de 38 répondants sur une population de 142 entreprises est de ± 13,7 %, 19 fois sur 20.

1. Il faut faire preuve de prudence avant de tirer des conclusions à partir des analyses segmentées par type d'établissement, car les échantillons sont très petits. Néanmoins, même s'il y a un faible échantillon de répondants par catégorie, nous considérons que les entreprises répondantes sont représentatives de l'offre touristique pour leur catégorie respective.
2. Le groupe des « Autres MRC » comprend les MRC de D'Autray, MRC de Joliette, MRC de L'Assomption, MRC de Montcalm et MRC Les Moulins.
3. Nous entendons par demande, les unités-jours occupées. Les données sont tirées du Ministère du Tourisme. Tableau de bord : Hébergement 360.
4. Source : Ministère du Tourisme. Ministère du Tourisme : Enquête sur la fréquentation des établissements d'hébergement.
5. Source : Ministère du Tourisme. Tableau de bord: Portrait de l'hébergement touristique par MRC / Ville.
6. AirDNA, données internes disponibles pour la région de Lanaudière.
7. Données non disponibles pour la MRC de Montcalm.
8. Calcul de la moyenne à partir de la moyenne des classes. Basé sur un maximum de 750 $. Question du sondage : Quel est le budget moyen que le visiteur a dépensé dans votre établissement durant la saison estivale ?