

COMMUNIQUÉ

Pour diffusion immédiate

Tourisme Lanaudière dresse un bilan estival 2025 satisfaisant malgré un début de saison au ralenti

Rawdon, le 20 novembre 2025 — Tourisme Lanaudière dévoile le bilan de la saison estivale 2025. Malgré un début de saison marqué par des conditions météorologiques moins favorables, la performance globale est jugée satisfaisante, notamment en raison d'un achalandage à la hausse au cœur de l'été.

Les données recueillies couvrent la période du 1^{er} avril au 13 octobre 2025. Il est possible de consulter l'analyse détaillée des résultats du bilan de saison [ici](#).

Conditions météorologiques variables et retombées positives en haute saison

Les mois de mai et de juin ont posé des défis pour plus du quart des entreprises de la région, tous secteurs confondus, principalement en raison d'une météo instable et de fortes précipitations. En contrepartie, les mois de juillet, d'août et de septembre ont profité de conditions climatiques plus favorables — chaudes et sèches — permettant à une majorité d'entreprises de constater une hausse d'achalandage. « Malgré un début de saison plus lent, les résultats témoignent de la capacité d'adaptation de notre industrie et de l'intérêt soutenu pour Lanaudière durant la saison estivale. Ces données permettent d'orienter nos actions en fonction des réalités terrain », souligne Mme Elaine Desjardins, directrice générale de Tourisme Lanaudière.

Des résultats contrastés selon les secteurs

L'achalandage global est en hausse pour 58 % des entreprises sondées. Cette tendance est particulièrement marquée dans les secteurs de l'agrotourisme et du tourisme gourmand, du plein air et des loisirs ainsi qu'en restauration, où plus de 60 % des entreprises rapportent une augmentation de la fréquentation.

Du côté de l'hébergement, les résultats varient considérablement selon le type d'établissement. Les résidences de tourisme se démarquent par une hausse de la demande de 14,7 % par rapport à l'an dernier. La demande a été à la hausse pour tous les mois de la saison avec des taux de croissance supérieurs à la performance provinciale, sauf pour le mois de mai. Leur taux d'occupation s'élève à 52,6 %. À l'inverse, l'hôtellerie accuse une baisse de 6,7 % de la demande, avec un taux d'occupation de 47,5 %.

Parmi les facteurs ayant contribué à la fréquentation estivale, la notoriété des entreprises et la fidélisation de la clientèle sont mentionnées comme leviers importants. À l'opposé, le contexte économique (inflation, taux de change) est cité comme un frein pour certaines entreprises.

Une clientèle majoritairement régionale

La clientèle demeure largement composée de résidents de Lanaudière, représentant 44 % de l'ensemble des visiteurs. Cette proportion grimpe à 57 % dans les secteurs des événements, attractions et activités, et à 54 % dans la restauration.

La grande région de Montréal (Île de Montréal, Laval, Laurentides et Montérégie) constitue le deuxième bassin de clientèles en importance (35 %), particulièrement présent dans l'hébergement (48 %), surtout en Matawinie (46 %). Les clientèles provenant d'autres régions du Québec comptent pour 14 % en moyenne, alors que celles en provenance du Canada (hors Québec), des États-Unis et de l'international représentent ensemble 8% de la clientèle totale. « L'analyse de la provenance de la clientèle et des performances sectorielles est essentielle pour accompagner les entreprises dans leurs stratégies futures. Tourisme Lanaudière poursuivra ses efforts pour soutenir une croissance durable et inclusive de notre industrie », complète Mme Desjardins.

Par rapport à 2024, la provenance des visiteurs reste stable pour environ un tiers des entreprises. Toutefois, une hausse de la clientèle du Grand Montréal est observée chez 35 % des répondants. Concernant le marché américain, les effets

du contexte géopolitique demeurent ambigus: 14 % des entreprises signalent une baisse, tandis que 10 % indiquent une hausse.

« Si la provenance des clientèles demeure relativement stable par rapport à 2024, les observations liées au marché américain montrent que les effets du contexte géopolitique restent difficiles à cerner. Il est encore trop tôt pour en mesurer pleinement l'impact sur la fréquentation touristique », conclut Mme Desjardins.

Il est possible de consulter l'analyse détaillée des résultats du bilan de saison [ici](#).

— 30 —

À propos de Tourisme Lanaudière

Tourisme Lanaudière est une association touristique régionale (ATR) reconnue par le gouvernement du Québec. Organisme sans but lucratif rassemblant près de 400 entreprises et organismes, Tourisme Lanaudière regroupe des gens d'affaires dans l'objectif de faire croître l'économie de la région par le tourisme, en coordonnant l'accueil, le développement et la promotion touristique.

Source : **Marilou Muloin-Robitaille**

Coordonnatrice aux communications et relations de presse

Tourisme Lanaudière

450 834-2535 poste 239

muloin-robitaille@lanaudiere.ca