Performance saisonnière

Hiver 2025-2026

Tableau de bord des indicateurs de performance saisonnière 2025-2026 Tourisme Saguenay-Lac-Saint-Jean, Tourisme Québec, Statistiques Canada

Sommaire

- **Portrait global**
  Résultats pour toutes les catégories d'entreprises touristiques
- **Résultats par catégorie: Hébergements, activités touristiques**
- **Résultats par catégorie: Restaurants et activités culturelles**
- **Résultats par catégorie: Entreprises de restauration**

Méthodologie

1. Période analysée

Hiver 2025-2026 (décembre 2025 à mars 2026)

2. Sondage

Sondage mensuel auprès des entreprises touristiques du Saguenay-Lac-Saint-Jean, mené par Tourisme Saguenay-Lac-Saint-Jean. Taux de participation : 59 % (moyenne des quatre mois).

3. Catégories d'entreprises

- Hébergements : 27 % (moyenne des quatre mois)
- Activités touristiques : 47 % (moyenne des quatre mois)
- Restaurants et activités culturelles : 26 % (moyenne des quatre mois)
- Restaurants : 0 % (moyenne des quatre mois)

4. Indicateurs

- Fréquentation : nombre de visiteurs
- Dépenses : dépenses moyennes par visite
- Satisfaction : satisfaction globale
- Intention de recommandation : intention de recommandation
- Intention de revisite : intention de revisite
- Intention de dépenser : intention de dépenser

5. Lexique

Hausse : augmentation. Baisse : diminution. Stable : variation inférieure à 1 %. Pp : points de pourcentage. Moyenne : valeur moyenne. Taux : pourcentage. Indice : valeur comparée à une référence. Cible : objectif. Écart : différence. Tendance : évolution sur plusieurs périodes. Saisonnalité : variation selon la saison. Fréquentation : nombre de visiteurs. Dépense : montant dépensé. Satisfaction : niveau de satisfaction. Intention de recommandation : intention de recommander. Intention de revisite : intention de revisite. Intention de dépenser : intention de dépenser. Hébergement : hébergement touristique. Activité touristique : activité touristique. Restaurant : restaurant. Entreprise de restauration : entreprise de restauration. Saguenay-Lac-Saint-Jean : Saguenay-Lac-Saint-Jean. Tourisme Saguenay-Lac-Saint-Jean : Tourisme Saguenay-Lac-Saint-Jean. Tourisme Québec : Tourisme Québec. Statistiques Canada : Statistiques Canada.

Profil de l'échantillon

Proportions (%)

Performance saisonnière - Hiver 2025-2026

Portrait global

Résultats pour toutes les catégories d'entreprises touristiques

Taux de participation au sondage mensuel

59 %

Moyenne des quatre mois

Entreprises participantes

27 %

Moyenne des quatre mois

Entreprises participantes

47 %

Moyenne des quatre mois

Entreprises participantes

0 %

Moyenne des quatre mois

Entreprises participantes

0 %

Moyenne des quatre mois

Fréquentation

+13 %

Hausse

Hausse de la fréquentation de l'ensemble des entreprises touristiques

Dépenses

0 %

Stable

Stabilité des dépenses

Satisfaction

0 %

Stable

Stabilité de la satisfaction

Intention de recommandation

0 %

Stable

Stabilité de l'intention de recommandation

Intention de revisite

0 %

Stable

Stabilité de l'intention de revisite

Intention de dépenser

0 %

Stable

Stabilité de l'intention de dépenser

Taux d'occupation

0 %

Stable

Stabilité du taux d'occupation

Taux de participation

0 %

Stabilité du taux de participation

Performance saisonnière - Hiver 2025-2026

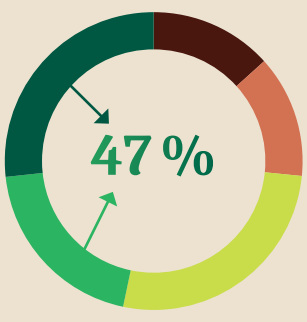
> Résultats pour la catégorie : Entreprises de restauration [10]

Variation de l'achalandage par rapport à 2024/25
(% d'entreprises ayant enregistré une hausse)

47 % (n = 15) des entreprises de restauration ont enregistré une hausse d'achalandage, dont **27 %** ont enregistré une hausse importante de plus de 5 %

-0,01 % (n = 7) stabilité de l'achalandage estimée pour les restaurants pour la saison [1]

Entreprises de restauration
n = 45



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

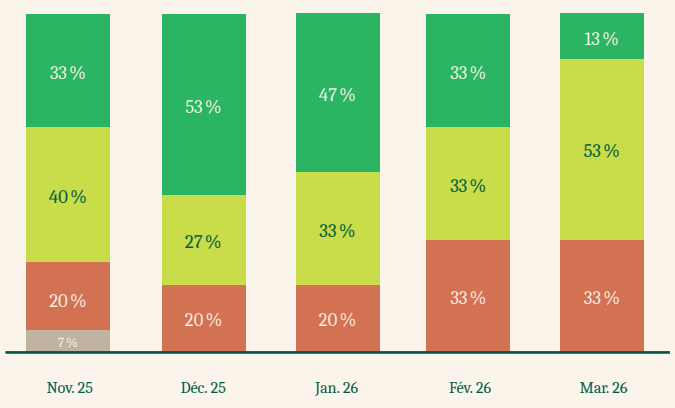
50 %
Autres MRC (n = 12)

% d'entreprises de restauration ayant enregistré une hausse de leur achalandage selon le territoire
*Donnée non disponible pour les autres MRC considérant le petit nombre de répondants

La principale raison qui explique la stabilité ou de la hausse :
Fidélisation de la clientèle

Les principales raisons de la baisse :
1. le contexte économique défavorable
2. diversification et augmentation des offres concurrentes locales

Variation de l'achalandage par mois, 2025/26 vs 2024/25
(% d'entreprises ; n = 15)



s.o /nsp | Baisse | Stable | Hausse

Novembre et mars
Une stabilité pour un plus grand nombre d'entreprises de restauration

Décembre et janvier
Une hausse de l'achalandage pour près d'une entreprise de restauration sur deux.

Février
Aucune tendance se démarque, car une entreprise de restauration sur trois enregistre une hausse, une baisse ou une stabilité.

Provenance des visiteurs des entreprises de restauration
(% moyen de la clientèle par marché) (n = 12)

En moyenne 83 % de la clientèle provient de la **région de Lanaudière** et de la **grande région de Montréal** *(île de Montréal, Laval, Laurentides, Montérégie)*

Variation de la clientèle selon la provenance en 2025/26 vs 2024/25
(% d'entreprises) (n = 15)

Plus d'1 entreprise sur 3 constate une STABILITÉ de la grande région de Montréal

40 % ont enregistré une HAUSSE de la clientèle de la région de Lanaudière et des autres régions du Québec

	Baisse	Stable	Hausse	s.0/nsp
Région Lanadière	13 %	27 %	40 %	20 %
Grande région de Montréal	13 %	33 %	33 %	20 %
Autres régions du Québec	7 %	27 %	40 %	27 %
Canada hors Québec	7 %	33 %	33 %	27 %
États-Unis	20 %	27 %	27 %	27 %
Autres pays	7 %	20 %	33 %	40 %

Budget moyen dépensé par client par entreprise durant la saison hivernale

Estimation du montant moyen dépensé
(% d'entreprises ; n = 15)

77 $
Budget moyen dépensé par client par entreprise [3]

1. Taux de croissance calculé à partir des données absolues d'achalandage fournies par 42 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 hivernales 2024/25 et 2025/26.* Le nombre d'entreprises varie selon le secteur d'activité. La taille d'échantillon pour chaque secteur est mentionnée sous le taux de croissance.
2. Source des données : Ministère du Tourisme. Tableau de bord : Hébergement 360
3. Calcul de la moyenne à partir de la moyenne des classes. La classe de « 600 $ et plus » est basée sur un maximum de 750 $. Question du sondage : *Quel est le budget moyen que le visiteur a dépensé dans votre établissement durant la saison hivernale ?*
4. Résultats tirés du sondage Web sur invitation auprès de 319 événements, attraction et activités touristiques membres de Tourisme Lanaudière où 59 entreprises ont répondu à l'appel, pour un taux de réponse de 18 %. 45 questionnaires valides ont été retenus aux fins d'analyses. À titre informatif, la marge d'erreur maximale d'un échantillon probabiliste de 45 répondants sur une population de 319 entreprises est de ± 13,6 %, 19 fois sur 20.
5. Résultats tirés du sondage Web sur invitation auprès de 150 établissements d'hébergement membres de Tourisme Lanaudière où 46 entreprises ont répondu à l'appel, pour un taux de réponse de 31 %. 34 questionnaires valides ont été retenus pour les analyses. À titre informatif, la marge d'erreur maximale d'un échantillon probabiliste de 34 répondants sur une population de 150 entreprises est de ± 14,8 %, 19 fois sur 20.
6. Nous entendons par demande, les unités-jours occupées pour la période. Les données sont tirées du ministère du Tourisme. Tableau de bord : Hébergement 360
7. Compilation spéciale à partir des données disponibles du ministère du Tourisme, Tableau de bord de l'Enquête sur la fréquentation des établissements d'hébergement du Québec – par région touristique et par MRC et du Tableau de bord : Demande en hébergement touristique par MRC/ville.
8. Ne disposant pas du nombre d'unités disponibles des résidences de tourisme, il a été estimé par une règle de trois à partir des unités occupées et du taux d'occupation, et ce par mois et par MRC. Le taux d'occupation pour la région de Lanaudière pour les résidences de tourisme est donc calculé à partir de la somme des unités occupées par mois et par MRC sur la somme des unités disponibles estimées par mois et par MRC.
9. Aucune donnée disponible pour l'hébergement commercial pour la MRC de Montcalm.
10. Résultats tirés d'un sondage Web sur invitation réalisé auprès de 67 entreprises de restauration membres de Tourisme Lanaudière où 20 entreprises ont répondu à l'appel, pour un taux de réponse de 22 %. 15 questionnaires valides ont été retenus pour les analyses. À titre informatif, la marge d'erreur maximale d'un échantillon probabiliste de 15 répondants sur une population de 67 entreprises est de ± 22,5 %, 19 fois sur 20.

Lanaudière