

COMMUNIQUÉ

Pour diffusion immédiate

Une saison hivernale 2025-2026 satisfaisante pour l'industrie touristique de Lanaudière

Rawdon, le 22 avril 2026 — Tourisme Lanaudière dresse un bilan globalement satisfaisant de la saison touristique hivernale 2025-2026, qui s'est déroulée du 1er novembre 2025 au 31 mars 2026. Malgré des performances variables en début et en fin de saison, une majorité d'entreprises touristiques de la région ont enregistré une hausse de leur achalandage, particulièrement durant les mois de décembre à février, marqués par des conditions hivernales favorables.

Des conditions hivernales favorables qui soutiennent l'achalandage

La saison hivernale a été caractérisée par une arrivée hâtive de la neige dès novembre, un couvert neigeux abondant et persistant ainsi que des températures plus froides que la normale. Ces conditions ont permis d'offrir un environnement propice à la pratique des activités hivernales, notamment en plein air.

Dans ce contexte, 59 % des entreprises sondées ont observé une hausse de leur achalandage. Cette proportion atteint plus de 78 % dans le secteur du plein air et des loisirs, ainsi que 68 % pour les entreprises d'hébergement. Les restaurants présentent des résultats davantage stables (novembre et mars), avec une montée remarquée en décembre, probablement grâce aux Fêtes.

« Les résultats de la saison hivernale démontrent la capacité d'adaptation et la résilience des entreprises touristiques de Lanaudière, particulièrement dans un contexte climatique exigeant. Les conditions favorables ont permis de mettre en valeur l'offre hivernale et de répondre aux attentes des visiteurs », souligne Mme Elaine Desjardins, directrice générale de Tourisme Lanaudière.

Les mois de décembre à février se démarquent comme étant les plus performants pour l'ensemble des secteurs, avec un pic d'achalandage observé en février, notamment pour l'hébergement et les activités touristiques.

Des performances soutenues en hébergement

Le secteur de l'hébergement a connu une saison globalement positive, portée principalement par les résidences de tourisme, qui enregistrent une hausse de la demande de 8,8 % par rapport à l'année précédente. À l'inverse, l'hôtellerie affiche une légère baisse de 1,8 %, se situant sous la moyenne provinciale.

Les résidences de tourisme se distinguent également par une progression constante de la demande et des taux d'occupation tout au long de la saison, avec des performances supérieures à celles observées à l'échelle provinciale, notamment en février, mois qui enregistre une hausse de la demande de 13 % comparativement à -2 % pour la province.

L'écart du taux d'occupation entre l'hôtellerie et les résidences de tourisme peut s'expliquer en grande partie par une offre nettement plus nombreuse de chalets dans la région, la forte saisonnalité de la villégiature et une clientèle plus diversifiée à l'année pour l'hôtellerie.

Une clientèle majoritairement locale et limitrophe

La fréquentation demeure majoritairement locale et régionale. Les lanaudois représentent 46 % de la clientèle, proportion qui grimpe à 58 % pour les événements, attractions et activités touristiques, et 60 % pour les entreprises de restauration.

La grande région de Montréal (île de Montréal, Laval, Laurentides, Montérégie), constitue le deuxième marché en importance avec 31 % de la clientèle, dont 50 % fréquentent des établissements d'hébergement, principalement dans la MRC Matawinie (40 % du marché).

« L'analyse des données permet de mieux comprendre les dynamiques régionales et sectorielles, et d'orienter les actions futures en matière de développement et de promotion. Tourisme Lanaudière poursuivra ses efforts afin de soutenir une croissance durable et équilibrée de l'industrie touristique régionale », ajoute Mme Desjardins.

Par ailleurs, la fidélisation de la clientèle, la notoriété des entreprises et les efforts marketing sont identifiés comme des facteurs ayant contribué positivement à l'achalandage, tandis que le contexte économique et la concurrence demeurent des défis pour certaines organisations.

[Le bilan complet de la saison hivernale est disponible 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