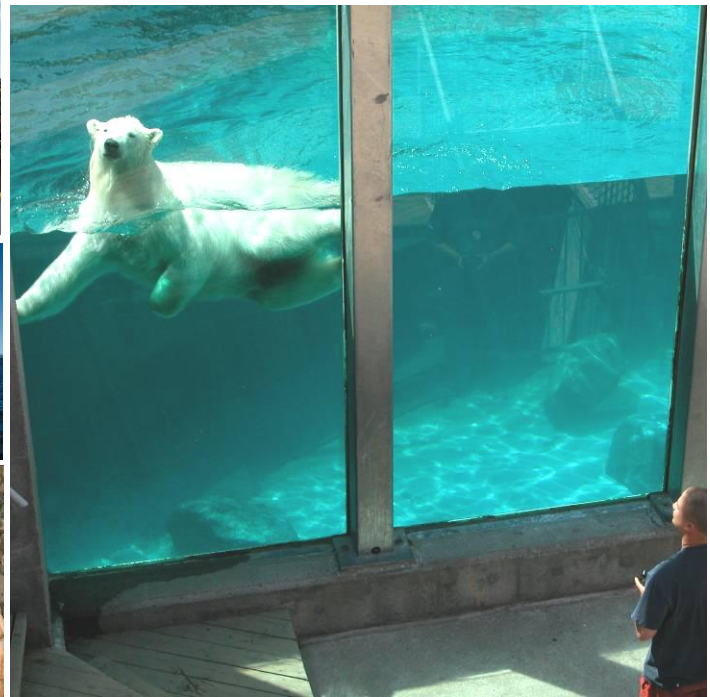


BILAN D'ACHALANDAGE ÉTÉ 2012



BILAN D'ACHALANDAGE ÉTÉ 2012

Réalisé par
Luce Proulx
Coordonnatrice de recherche
et
Robert Aucoin
Directeur adjoint Recherche et analyse stratégique

Janvier 2013



Photos en couverture : Michel Julien

- Jardin de Chine du Jardin botanique de Montréal
- Cité de l'énergie, Rocher Percé
- Musée des civilisations
- Zoo sauvage de Saint-Félicien

Table des matières

Liste des tableaux.....	ii
Liste des graphiques.....	ii
INTRODUCTION.....	1
1. BILAN D'ACHALANDAGE DE LA SAISON ESTIVALE 2012	2
1.1 Bilan global de la saison estivale 2012 selon le tarif d'admission	3
1.1.1 Attractions sans frais d'admission	3
1.1.2 Attractions avec frais d'admission	3
1.1.3 Analyse comparative du bilan entre les attractions dont l'accès est gratuit et celles dont l'accès est payant	3
1.2 Achalandage selon le portrait des attractions avec un accès payant	5
1.2.1 Bilan régional – Attractions avec accès payant.....	5
1.2.2 Bilan par catégorie d'attractions – Attractions avec accès payant.....	7
1.2.3 Bilan selon la taille budgétaire des attractions– Attractions avec accès payant..	7
1.2.4 Bilan selon le lieu des activités – Attractions avec accès payant.....	8
2. ANALYSE DU BILAN D'ACHALANDAGE.....	10
3. UNE ÉVOLUTION QUI POSE DES DÉFIS	13

Liste des tableaux

Tableau 1 :	Répartition des répondants au bilan d'achalandage	1
Tableau 2 :	Statistiques d'achalandage en 2012 pour les attractions membres de la SATQ selon le tarif d'admission	2
Tableau 3 :	Variation de croissance et décroissance dans l'achalandage des attractions touristiques sans frais d'admission membres de la SATQ	3
Tableau 4 :	Variation de croissance et décroissance dans l'achalandage des attractions touristiques avec frais d'admission membres de la SATQ	3
Tableau 5 :	Statistiques d'achalandage pour les attractions touristiques avec frais d'admission membres de la SATQ (mai à septembre)	6
Tableau 6 :	Variation de croissance et décroissance dans l'achalandage des attractions touristiques avec frais d'admission membres de la SATQ par régions regroupées	6
Tableau 7 :	Statistiques d'achalandage par catégorie pour les attractions touristiques avec frais d'admission membres de la SATQ (mai à septembre 2012)	7
Tableau 8 :	Statistiques d'achalandage selon le budget pour les attractions touristiques avec frais d'admission membres de la SATQ (mai à septembre 2012)	8
Tableau 9 :	Variation de croissance et décroissance dans l'achalandage des attractions touristiques avec frais d'admission membres de la SATQ selon la taille budgétaire	8
Tableau 10 :	Statistiques d'achalandage pour les attractions touristiques avec frais d'admission membres de la SATQ selon le lieu d'activité (mai à septembre 2012)	8
Tableau 11 :	Variation de croissance et décroissance dans l'achalandage des attractions touristiques avec frais d'admission membres de la SATQ selon le lieu d'activité	9
Tableau 12 :	Entrées directes au Québec des touristes européens et américains (mai à septembre)	12

Liste des graphiques

Graphique 1 :	Statistiques d'achalandage pour les attractions touristiques membres de la SATQ dont l'accès est gratuit et celles dont l'accès est payant (mai à septembre)	2
Graphique 2 :	Statistiques mensuelles d'achalandage pour les attractions touristiques membres de la SATQ (taux de croissance de l'achalandage 2011-2012)	4
Graphique 3 :	Statistiques d'achalandage pour les attractions touristiques membres de la SATQ selon le lieu des activités et le tarif d'admission (taux de croissance de l'achalandage 2011-2012)	5
Graphique 4 :	Croissance de l'achalandage des attractions montréalaises avec frais d'admission. (taux de croissance de l'achalandage 2011-2012)	11
Graphique 5 :	Prix à la pompe dans certaines villes canadiennes et au Canada, moyenne par mois (Cents au litre en 2012)	12
Graphique 6 :	Évolution comparable de l'achalandage des attractions touristiques avec frais d'admission entre 2008 et 2012 (en nombre)	13
Graphique 7 :	Évolution comparable de l'achalandage des attractions touristiques avec frais d'admission entre 2004 et 2012 (en nombre de visiteurs)	13

INTRODUCTION

Contexte et objectif du bilan d'achalandage

La *Société des Attractions Touristiques du Québec (SATQ)* a mis en place un système de collecte des données afin de connaître les bilans saisonniers des attractions touristiques membres de la SATQ en termes d'achalandage.

Plus précisément, cette étude vise à :

- Quantifier la performance, en termes de nombre de visiteurs, de l'industrie des attractions touristiques membres de la SATQ en fonction de la tarification, du lieu des activités, des régions touristiques, de la catégorie et de la taille budgétaire de l'organisation.

Méthodologie

Les résultats de la présente étude proviennent d'une compilation spéciale du service de recherche de la SATQ. L'ensemble des attractions touristiques a été sollicité par courriel afin de transmettre leurs données d'achalandage pour les mois de mai à septembre, et ce, pour 2011 et 2012.

La collecte des données fut effectuée pendant les mois d'octobre à décembre 2012 auprès de 178 attractions touristiques membres de la SATQ. Nous avons obtenu les bilans d'achalandage de 106¹ attractions touristiques, pour un taux de réponse de 59,6 %. Parmi ces bilans, nous comptons 80 attractions touristiques avec frais d'admission et 26 attractions sans frais d'admission, pour des taux de réponse respectifs de 59,7 % et 61,9 %.

Tableau 1 : Répartition des répondants au bilan d'achalandage

Type d'attraction	Répondants		Membres SATQ
	Nb	Taux réponse (%)	Nb
Attractions avec frais d'admission	80	59,7 %	134
Attractions sans frais d'admission ²	26	61,9 %	42
Toutes les attractions touristiques	106	59,6 %	178

La performance de l'industrie des attractions touristiques est mesurée à partir de la comparaison des chiffres absolus d'achalandage pour la saison 2011 versus la saison 2012 en ne retenant que les attractions touristiques dont les données sont comparables, soit 106 attractions. Les variations d'achalandage des attractions avec frais d'admission et celles des attractions sans frais d'admission sont évaluées séparément.

Le bilan inclut également des données en fonction du lieu des activités, soit intérieur ou extérieur³. Ce volet permet d'avoir une indication plus concrète de l'effet de la température sur l'achalandage global des attractions touristiques membres de la SATQ.

Le document est séparé en trois parties. Les résultats du bilan d'été (ou estival) 2012 sont présentés en première partie. Dans la deuxième partie, nous tenterons de faire une analyse des facteurs ayant pu influencer la fréquentation des attractions, telles que la météo, le contexte économique et social. Et finalement, un regard sur l'évolution de l'achalandage des attractions depuis plusieurs années nous permettra de dégager certains défis auxquels l'industrie fait face.

¹ Le nombre total de répondants en 2012 est de 107, mais seulement 102 attractions sont comparables avec 2011.

² Une attraction sans frais d'admission peut demander des tarifs pour des activités spécifiques ou pour des activités connexes. Toutefois, l'accès au site principal de l'attraction est gratuit. Veuillez noter que les casinos, en raison de la nature de leurs activités, représentent une exception dans ce bilan. Ils sont classés dans les attractions avec frais d'admission, malgré le fait que l'entrée sur le site est gratuite.

³ Une attraction est considérée comme extérieure si la majorité de ses activités sont pratiquées dehors ou si le site demande plusieurs déplacements extérieurs entre les différentes installations.

1. BILAN D'ACHALANDAGE DE LA SAISON ESTIVALE 2012

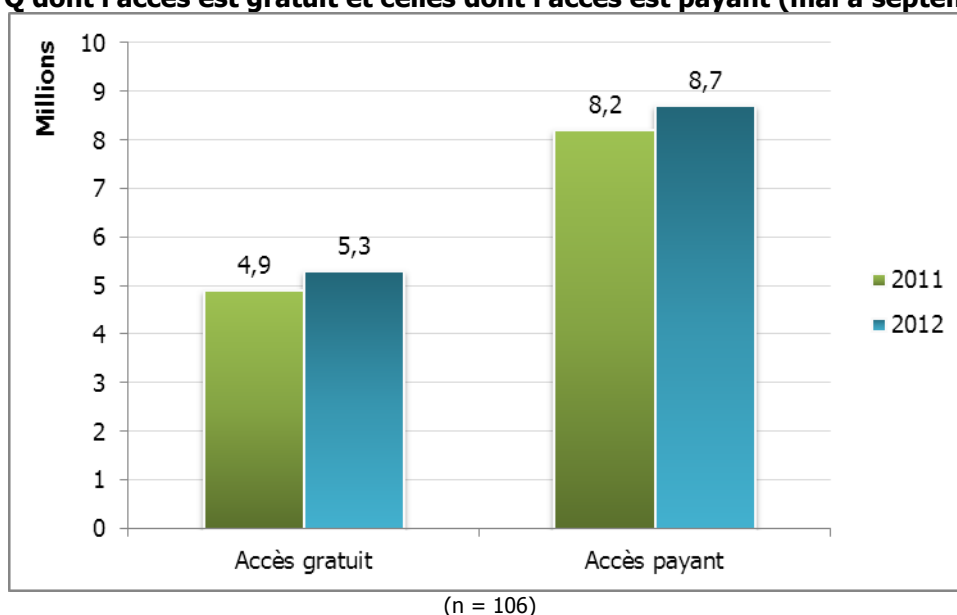
L'achalandage global en 2012 pour les 106 attractions touristiques ayant répondu à notre appel est de plus de 14,2 millions de visiteurs. Les attractions sans frais d'admission ont enregistré une hausse de 12,1% de leur achalandage estivale comparativement à 5,8 % des attractions avec frais d'admission.

Tableau 2 : Statistiques d'achalandage en 2012 pour les attractions membres de la SATQ selon le tarif d'admission

Attractions touristiques	Achalandage 2012 (mai à septembre)		Croissance de l'achalandage 2011-2012 (%)
	Nb de visiteurs	% de l'achalandage global 2012	
Avec frais d'admission (n=80)	8 749 199	61,5	5,8
Sans frais d'admission (n=26)	5 473 418	38,5	12,1
Total (n=106)	14 222 617	100	8,1

Le graphique 1 montre ces croissances en nombre absolu. Les attractions avec accès payant, et/ou frais d'admission, ont augmenté leur achalandage d'un peu plus de 476 000 visiteurs comparativement aux attractions dont l'accès est gratuit qui ont vu leur achalandage grimper de plus de 590 000 visiteurs.

Graphique 1 : Statistiques d'achalandage pour les attractions touristiques membres de la SATQ dont l'accès est gratuit et celles dont l'accès est payant (mai à septembre)



Nous proposons dans les pages suivantes un bilan d'achalandage détaillé selon le type de tarif d'admission des attractions. Comme l'échantillon des attractions sans frais d'admission est petit, seules les attractions avec frais d'admission feront l'objet d'une analyse plus détaillée selon différentes caractéristiques. Ce chapitre est donc divisé en deux sections :

- le bilan global de la saison estivale selon le tarif d'admission, incluant une analyse comparative;
- l'achalandage selon le portrait des attractions avec frais d'admission.

1.1 Bilan global de la saison estivale 2012 selon le tarif d'admission

1.1.1 Attractions sans frais d'admission

Rappelons que les attractions sans frais d'admission ont enregistré une hausse de leur achalandage estivale de 12,1 % entre 2011 et 2012.

Le tableau ci-dessous présente cette hausse globale en distinguant les attractions sans frais ayant connu une croissance de leur achalandage (46,2 %) et celles ayant connu une décroissance de leur achalandage (53,8 %) entre 2011 et 2012.

Tableau 3 : Variation de croissance et décroissance dans l'achalandage des attractions touristiques sans frais d'admission membres de la SATQ

Attractions touristiques sans frais d'admission	Proportion (%) n = 26	2011	2012	Taux de croissance 11/12 (%)	% de l'achalandage total sans frais d'admission (2012)
Dont la croissance est positive (n = 12)	46,2	4 703 952	5 324 044	13,2	97,3
Dont la croissance est négative (n = 14)	53,8	179 136	149 374	-16,6	2,7

Les chiffres laissent présumer que les attractions gratuites avec de plus petits achalandages ont vu leur achalandage diminuer en 2012 contrairement aux plus grandes attractions qui auraient connu une hausse d'achalandage.

1.1.2 Attractions avec frais d'admission

Les attractions avec frais d'admission ont enregistré une hausse de leur achalandage estivale de 5,8 % entre 2011 et 2012.

Le tableau 4 présente cette hausse globale en distinguant les attractions avec frais ayant connu une croissance de celles ayant connu une diminution de leur achalandage entre 2011 et 2012. Au total, l'achalandage a cru de 13,5 % chez les premières, tandis que les secondes ont connu une baisse totale de 6,3 %. Soulignons que les attractions ayant enregistré une hausse de leur achalandage sont plus nombreuses (58,7 %) et elles ont attiré une plus grande part des visiteurs des attractions avec frais d'admission (65,3 %).

Tableau 4 : Variation de croissance et décroissance dans l'achalandage des attractions touristiques avec frais d'admission membres de la SATQ

Attractions touristiques avec frais d'admission	Proportion d'attractions (%)	Achalandage			
		2011	2012	Taux de croissance 11/12 (%)	% du total de l'achalandage avec frais d'admission
Dont la croissance est positive (n = 47)	58,7	5 028 276	5 708 985	13,5	65,3
Dont la croissance est négative (n = 33)	41,3	3 242 963	3 040 214	-6,3	34,7
Total (n=80)	100	8 272 239	8 749 199	5,8	100

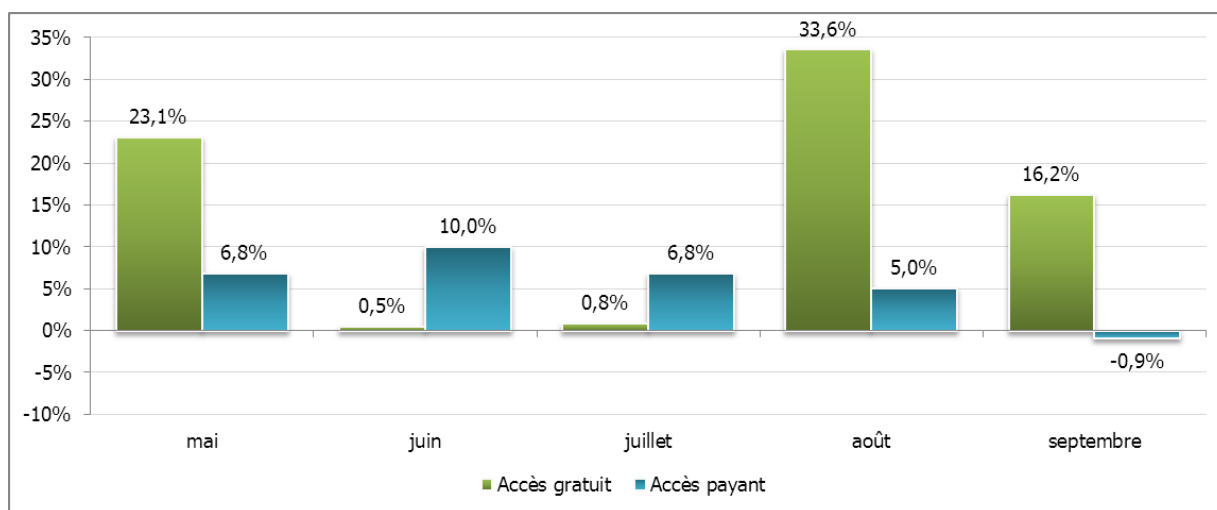
1.1.3 Analyse comparative du bilan entre les attractions dont l'accès est gratuit et celles dont l'accès est payant

Bilan comparatif mensuel

Le graphique 2 permet de mieux comprendre les variations d'achalandage par mois des attractions touristiques membres de la SATQ entre 2011 et 2012. Nous observons des différences importantes de variation d'achalandage entre les attractions touristiques dont l'accès est gratuit et celles dont l'accès est payant.

Globalement, l'achalandage des membres de la SATQ a connu une hausse au cours des cinq mois, sauf pour les attractions avec accès payant où une légère diminution est observée en septembre. Les attractions dont l'accès est gratuit ont subi de fortes croissances de leur achalandage aux mois de mai (23,1 %), août (33,6 %) et septembre (16,2 %). Pour les attractions dont l'accès est payant, les croissances mensuelles fluctuent moins d'un mois à l'autre, excluant le mois de septembre. Le mois de juin est celui ayant enregistré la plus forte hausse de l'achalandage (10 %); tandis que le mois de septembre a plutôt enregistré une baisse de 0,9 %.

Graphique 2 : Statistiques mensuelles d'achalandage pour les attractions touristiques membres de la SATQ (taux de croissance de l'achalandage 2011-2012)



(mai : n= 91 ; juin : n= 102 ; juillet : n= 106 ; août : n= 106 ; septembre : n=94)

Mentionnons que ces résultats mensuels concordent relativement bien avec les bilans régionaux diffusés par les associations touristiques régionales ainsi que les statistiques d'occupation de l'hébergement mensuel de Tourisme Québec. En effet, selon le Bulletin hébergement de Tourisme Québec, tous les mois ont enregistré une hausse des principaux indicateurs de l'hébergement.⁴ Et différentes régions touristiques ont mentionné avoir connu des bilans touristiques positifs durant la saison estivale 2012. « Pour les mois de mai, juin et juillet, environ 50% des entreprises [activités et attractions touristiques de Lanaudière] constatent des hausses d'achalandage »⁵. « Les touristes sont au rendez-vous au Bas-Saint-Laurent cette saison [...] Avec les mois de mai et juin également en augmentation, le mois de juillet est à la hauteur des espérances.⁶

Quant à la hausse globale observée pour les mois d'août et de septembre, celle-ci trouve une part d'explication dans une tendance que nous observons depuis quelques années, soit un certain déplacement des vacances de juillet vers août et septembre.

Bilan comparatif selon le lieu des activités

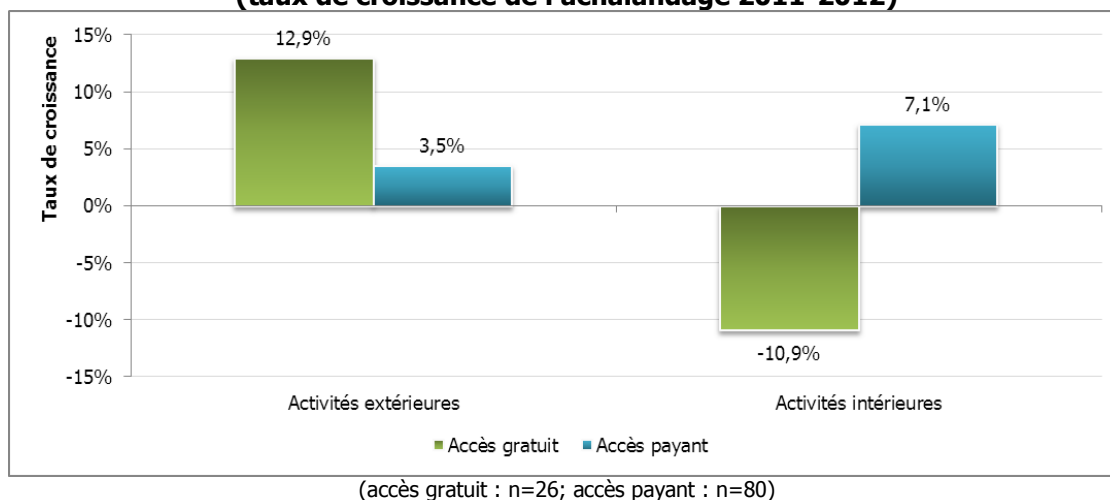
Les activités intérieures gratuites ont connu une baisse de 10,9 % contrairement à leurs homologues « extérieurs » qui ont plutôt connu une hausse de 12,9 % (graphique 3). De leur côté, les attractions payantes, qu'elles soient intérieures ou extérieures, ont enregistré une hausse. Soulignons qu'entre les deux groupes, les attractions avec accès payant ont subi de moins grandes variations selon que leurs activités soient intérieures ou extérieures.

⁴ http://www.tourisme.gouv.qc.ca/publications/bulletins_info/bulletin/2012/mai/index.html

⁵ Lanaudière, *Bilan de mi-saison*, <http://www.lanaudiere.ca/docs/sizes/501bf091b5b23/source/Bilan-ete-mi-saison-2012-vc.pdf>

⁶ Bas Saint-Laurent. *Bilan de mi-saison*, <http://tourismexpress.com/nouvelle.php?id=934>

Graphique 3 : Statistiques d'achalandage pour les attractions touristiques membres de la SATQ selon le lieu des activités et le tarif d'admission (taux de croissance de l'achalandage 2011-2012)



1.2 Achalandage selon le portrait des attractions avec un accès payant

Rappelons que durant la période de mai à septembre, les attractions touristiques avec frais d'admission ont connu une augmentation totale de leur achalandage de 5,8 % entre 2011 et 2012, mais cette réalité varie selon la région, la catégorie des attractions et la taille budgétaire de l'attraction.

1.2.1 Bilan régional – Attraction avec accès payant

À des fins d'analyse, les 21 régions touristiques ont été regroupées en 5 grands groupes de région : Montréal, Québec, les régions périphériques⁷, les régions intermédiaires⁸ et les régions éloignées⁹.

L'achalandage des attractions membres de la SATQ avec frais d'admission a connu une hausse dans toutes les régions (tableau 6). Ce sont particulièrement les attractions des régions périphériques qui ont connu la plus forte augmentation entre 2011 et 2012 (28,7 %) ¹⁰. D'ailleurs, 90 % d'entre elles ont enregistré une hausse entre 2011 et 2012 (tableau 7).

Pour les régions de Montréal, Québec et les régions éloignées, la croissance de leur achalandage est plutôt faible (0,2 %, 1,4 % et 0,2 % respectivement). Pourtant, dans la région de Québec, les attractions ayant connu une hausse de leur achalandage sont plus nombreuses (70 %), contrairement aux attractions dans la région de Montréal et les régions éloignées, qui sont plus nombreuses à avoir enregistré une baisse (53,8 % et 64,3 % respectivement).

⁷ Chaudière-Appalaches, Lanaudière, Laurentides, Montérégie, Laval.

⁸ Mauricie, Cantons-de-l'Est, Outaouais, Centre-du-Québec, Charlevoix.

⁹ Abitibi-Témiscamingue, Baie-James/Eeyou Istchee/Nunavik, Bas-Saint-Laurent, Duplessis, Gaspésie, Îles de la Madeleine, Manicouagan, Saguenay-Lac-Saint-Jean.

¹⁰ Les résultats présentés peuvent diverger des bilans d'achalandage régionaux émis par les offices et/ou les associations régionales touristiques, car rappelons que les résultats présentés dans ce rapport sont basés uniquement sur la performance des attractions touristiques avec frais d'admission membres de la SATQ et ayant fourni leurs données d'achalandage.

Tableau 5 : Statistiques d'achalandage pour les attractions touristiques avec frais d'admission membres de la SATQ (mai à septembre)

Régions touristiques ¹¹	Taux de croissance 11/12 (%)	% de l'achalandage global des attractions avec frais d'admission	Échantillon		Membres	
			n	%	N	%
Montréal	0,2	24,8	13	16,3	32	18,1
Région de Québec	1,4	15,4	10	12,5	23	13,0
Régions périphériques	28,7	9,2	21	26,3	47	26,6
Régions intermédiaires	7,5	45,2	22	27,5	46	26,0
Régions éloignées	0,2	5,5	14	17,5	29	16,4
Total	5,8	100	80	100	177	100

Tableau 6 : Variation de croissance et décroissance dans l'achalandage des attractions touristiques avec frais d'admission membres de la SATQ par régions regroupées

Régions touristiques	Proportion dont la croissance est positive	Proportion dont la croissance est négative
Montréal (n=13)	46,2 %	53,8 %
Région de Québec (n=10)	70,0 %	30,0 %
Régions périphériques (n=21)	90,5 %	9,5 %
Régions intermédiaires (n=22)	45,5 %	54,5 %
Régions éloignées (n=14)	35,7 %	64,3 %
Total (n=80)	58,8 %	41,3 %

Ces résultats reflètent assez bien les résultats des bilans régionaux diffusés par les associations touristiques régionales et les offices de tourisme. La plupart des associations/offices mentionnent un bilan touristique positif pour la saison estivale 2012, c'est-à-dire en augmentation par rapport à 2011. C'est le cas principalement pour les régions dites périphériques comme Lanaudière et la Montérégie¹², ainsi que des régions dites éloignées¹³. Selon le Saguenay-Lac-Saint-Jean, la saison 2012 aurait pu, toutefois, être meilleure. Et pour la ville de Québec, les indices de performance des sites et attraits touristiques présentés par l'Office de tourisme du Québec montrent que la fréquentation pendant les mois de juin, juillet, août et septembre enregistre de meilleurs résultats que leur vis-à-vis de 2011.¹⁴ Les taux de croissance calculés sont, par contre, nettement supérieurs aux nôtres (moyenne mensuelle de 5,3 % de mai à septembre). Peut-être est-ce dû au fait que l'Office ne distingue pas les attractions avec ou sans frais d'admission dans leur calcul?

Pour la région de Montréal, les résultats d'achalandage concordent relativement bien avec les tendances observées sur le plan de l'hébergement. Montréal aurait connu une hausse du taux d'unités

¹¹ Ce regroupement nous a été inspiré par une étude du ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine (MCCCF), soit du *Portrait statistique des institutions muséales reconnues et soutenues par le programme Aide au fonctionnement pour les institutions muséales reconnues*. [http://www.mcccf.gouv.qc.ca/index.php?id=3355&tx_lesecrits_pi1\[ecrit\]=576&cHash=37c23a006b234594a55b9dba16eb698b](http://www.mcccf.gouv.qc.ca/index.php?id=3355&tx_lesecrits_pi1[ecrit]=576&cHash=37c23a006b234594a55b9dba16eb698b), consultée le 22 juin 2011.

¹² Lanaudière, http://tourismexpress.com/pdf/Bilan_ete2012_Tourisme_Lanaudiere.pdf, Montérégie (Suroît), <http://tourismexpress.com/nouvelle.php?id=962>; Montérégie, <http://tourismexpress.com/nouvelle.php?id=876>; Bilan Tourisme des Moulins, http://tourismexpress.com/pdf/Bilan_ete2012_Tourisme_Lanaudiere.pdf; Bilan estival – Tourisme Saint-Jean-sur-Richelieu, http://tourismexpress.com/pdf/Bilan_StJean.pdf

¹³ Bas-Saint-Laurent, <http://tourismexpress.com/nouvelle.php?id=934>; Abitibi-Témiscamingue, http://www.tourisme-abitibi-temiscamingue.org/medias/communiques/bilan_abitibi_temiscamingue.pdf; Saguenay-Lac-Saint-Jean, http://www.saguenaylacsaintjean.ca/blog/2012/12/07/bilan-estival-2012-de-tourisme-saguenay-lac-saint-jean/?utm_source=All&utm_campaign=Vous+informe+-+12+d%C3%A9c.+2012&utm_medium=email

¹⁴ Office de tourisme de Québec, (novembre 2012), ÉCHOTourisme STATistique. Bulletin de performance de l'industrie touristique de la région de Québec, <http://0d4fe3583a405b6b52c2-fca8214ebb3578328d8dbca8d8f7e484.r72.cf2.rackcdn.com/documents/echostat-2012-11-f.pdf>

occupées en mai, juin, août et septembre, mais une légère baisse en juillet laquelle est insuffisante pour affecter à la négative le bilan estival.¹⁵

1.2.2 Bilan par catégorie d'attractions – Attractions avec accès payant

Les attractions touristiques avec frais d'admission membres de la SATQ et appartenant aux secteurs des casinos, des « jardins » et des « parcs d'attractions et thématique » sont celles qui ont enregistré les plus fortes croissances, soit respectivement 19,9 %, 18,2 % et 11,7 %, suivis des « sites historiques, patrimoniaux ou religieux » (7,6 %) (tableau 8). À l'inverse, les « centres éducatifs ou d'interprétation » (-0,5 %) et les « musées ou galeries d'arts » (-1,3 %) ont enregistré une baisse de leur achalandage.

Tableau 7 : Statistiques d'achalandage par catégorie pour les attractions touristiques avec frais d'admission membres de la SATQ (mai à septembre 2012)¹⁶

Catégories	Taux de croissance 11/12 (%)	% de l'achalandage global (2012)	Échantillon		Membres	
			n	%	N	%
Activité culturelle	-	-	1	1,2	9	5,1
Activité récréative ou sportive	3,3	5,5	9	11,1	29	16,3
Agrotourisme	-	-	1	1,2	2	1,1
Casino	19,9	22,8	3	3,8	4	2,2
Centre éducatif ou d'interprétation	-0,5	18,0	12	14,8	19	10,7
Croisière ou excursion en bateau	0,2	2,6	4	4,9	9	5,1
Éco-nature	-	-	0	0	1	0,6
Excursion en train	-	-	0	0	2	1,1
Jardin	18,2	1,1	3	3,7	6	3,4
Musée ou galerie d'art	-1,3	21,8	19	23,5	26	14,6
Parc aquatique	-	-	1	1,2	5	2,8
Parc d'attractions et thématique	11,7	1,4	3	3,7	7	3,9
Parc et site naturel	1,8	3,2	5	6,2	7	3,9
Rafting	-	-	0	0	1	0,6
Route ou circuit thématique	-	-	0	0	2	1,1
Site historique, patrimonial ou religieux	7,6	9,0	13	16,0	25	14,0
Théâtre/salle de spectacles	-	-	1	1,2	3	1,7
Visite industrielle	-	-	0	0	9	5,1
Zoo ou aquarium	4,8	12,1	5	6,2	5	2,8
Total	5,8	97,5¹⁷	80	100	178	100

1.2.3 Bilan selon la taille budgétaire des attractions – Attractions avec accès payant

Nous tentons de voir le lien existant entre la taille des attractions, définie par le budget de fonctionnement, et l'achalandage.

Globalement, les attractions touristiques avec frais d'admission membres de la SATQ qui ont enregistré une plus forte croissance d'achalandage pour la saison estivale 2012 sont celles dont le budget de fonctionnement annuel est inférieur à 100 000 \$, soit les petites attractions. Soulignons toutefois qu'elles n'accueillent que 2,6 % de l'ensemble des visiteurs recensés en 2012.

¹⁵ Tourisme Québec, Bulletin touristique: Fréquentation quotidienne des établissements d'hébergement au Québec, http://www.tourisme.gouv.qc.ca/publications/bulletins_info/bulletin/heb_frequentation.php?mois=5&anneeHaut=2012&anneeBas=2011&soumettre=Comparer

¹⁶ Un nombre de répondants inférieur à 3 n'est pas publié afin de préserver la confidentialité des données de nos membres.

¹⁷ En raison du fait que certaines données ne sont pas publiées, le total de cette colonne ne peut donner 100 %.

Tableau 8 : Statistiques d'achalandage selon le budget pour les attractions touristiques avec frais d'admission membres de la SATQ (mai à septembre 2012)

Budget annuel de fonctionnement	Taux de croissance 11/12 (%)	% de l'achalandage global des attractions avec frais d'admission	Échantillon		Membres	
			n	%	N	%
Moins de 100 000 \$	22,3	2,6	11	14,3	55	31,6
100 000 \$ à 499 999 \$	1,9	4,5	22	28,6	47	27,0
500 000 \$ à 999 999 \$	3,8	8,5	13	16,9	23	13,2
1 000 000 \$ et plus	5,8	84,5	31	40,3	49	28,2
Total	5,8	100	77	100	174	100

Il est toutefois surprenant de constater au tableau 10 qu'à peine plus de 50 % de ces petites attractions ont enregistré une hausse de leur achalandage. Ceci suppose que certaines attractions de ce groupe ont connu de fortes hausses, influençant ainsi la croissance globale du groupe.

Tableau 9 : Variation de croissance et décroissance dans l'achalandage des attractions touristiques avec frais d'admission membres de la SATQ selon la taille budgétaire

Budget de fonctionnement	Proportion dont la croissance est positive	Proportion dont la croissance est négative
Moins de 100 000 \$ (n=11)	54,5 %	45,5 %
100 000 \$ à 499 999 \$ (n=22)	59,1 %	40,9 %
500 000 \$ à 999 999 \$ (n=13)	61,5 %	38,5 %
1 000 000 \$ et plus (n=31)	61,3 %	38,7 %
Total (n=77)	59,7 %	40,3 %

1.2.4 Bilan selon le lieu des activités – Attractions avec accès payant

Tel que déjà mentionné, les attractions avec frais d'admission dont les activités se déroulent à l'intérieur ont connu une croissance de leur achalandage plus importante (7,1 %) (tableau 10). Toutefois, parmi celles-ci, plus de la moitié ont enregistré une diminution de leur achalandage (53,8 %) (tableau 11). Ceci s'explique par le fait que certaines grosses attractions ont vu leur achalandage croître de façon non négligeable, haussant ainsi la performance pour le groupe. D'ailleurs, les attractions dites « intérieures » accueillent près de 65 % des visiteurs de l'ensemble des attractions avec accès payant (63,6 %).

Ce sont plus de 70 % des attractions avec frais d'admission dont les activités se déroulent à l'extérieur qui ont connu une hausse de leur achalandage durant la saison estivale 2012 par rapport à la même période en 2011. Au total, ce groupe a enregistré une hausse de 3,5 %.

Tableau 10 : Statistiques d'achalandage pour les attractions touristiques avec frais d'admission membres de la SATQ selon le lieu d'activité (mai à septembre 2012)

Lieu d'activité	Taux de croissance 11/12 (%)	% de l'achalandage global des attractions avec frais d'admission	Échantillon		Membres	
			n	%	N	%
Activités extérieures	3,5	36,4	41	51,3	102	57,3
Activités intérieures	7,1	63,6	39	48,7	76	42,7
Total	5,8	100	80	100	178	100

Tableau 11 : Variation de croissance et décroissance dans l'achalandage des attractions touristiques avec frais d'admission membres de la SATQ selon le lieu d'activité

Lieu d'activité	Proportion dont la croissance est positive	Proportion dont la croissance est négative
Activités extérieures (n=41)	70,7 %	29,3 %
Activités intérieures (n=39)	46,2 %	53,8 %
Total (n=80)	58,8 %	41,3 %

2. ANALYSE DU BILAN D'ACHALANDAGE

Trois constats majeurs se dégagent de ce bilan d'achalandage des attractions touristiques membres de la SATQ :

- Les activités extérieures sont les grandes bénéficiaires de la saison estivale;
- L'achalandage des attractions avec frais d'admission de notre échantillon à Montréal a stagné (croissance moyenne de 0,2 %);
- Les régions périphériques ont connu une hausse importante de leur achalandage.

Différentes raisons peuvent expliquer ces résultats dont la météo exceptionnelle de l'été 2012, le conflit étudiant, le prix de l'essence, la force du dollar canadien et la crise économique européenne.

Un bilan touristique estival sous l'influence du climat

À la lecture du bilan d'achalandage de la saison estivale 2012, nous observons une tendance claire, celle où les attractions dont les activités se déroulent à l'extérieur, qu'elles soient gratuites ou payantes, ont connu une hausse d'achalandage. Une tendance également soulignée dans la plupart des bilans régionaux diffusés par les offices touristiques et les attractions touristiques régionales.

La météo a ici assurément un effet direct. Rappelons que l'été 2012 a été particulièrement chaud et sec, voire même « très » à « extrêmement » chaud certains jours. Le nombre de jours où la température a été supérieure à 30°C a été élevé dans plusieurs régions. À titre d'exemple, 18 jours au lieu de 7 à Montréal et 13 jours au lieu de 4 à Shawinigan. Et les précipitations ont été sous la normale presque partout au Québec.¹⁸

Mensuellement,

- Le mois de mai, qui a fait suite à un mois d'avril sous le signe des normales, a été *chaud*, toutes proportions gardées. Il a connu 50 % plus de jours où la température a dépassé 20°C, et la pluie a été déficitaire.
- Le mois de juin a été qualifié d'*extrêmement chaud* par Climat Québec. Le sud-ouest du Québec a connu deux fois plus de jours où les températures ont atteint 30°C.
- Le mois de juillet a été qualifié de *chaud* avec deux fois plus de jours où le mercure a atteint 30°C. Et le nombre de jours de plus ont été deux fois moins élevé que la normale.
- Le mois d'août a été *très chaud*, avec des nuits chaudes également. Les jours où le mercure a dépassé 30°C ont été deux fois plus nombreux.
- Le mois de septembre a été *chaud*, mais plus de précipitations que la normale sur le sud et l'ouest du Québec.

La météo a donc suscité un engouement pour les activités se pratiquant à l'extérieur. D'ailleurs, rappelons que les catégories d'attraction suivantes ont enregistré de fortes croissances de leur achalandage : jardin, parc d'attractions et thématique, et sites historiques, patrimoniaux et religieux (dont 50 % ont des activités extérieures).

La météo pourrait exercer une influence non négligeable sur les attractions sans frais d'admission. En effet, malgré une augmentation moyenne de 12,1 % de leur achalandage, les attractions sans frais d'admission dont les activités se déroulent à l'intérieur ont plutôt vu leur achalandage diminuer, et ce, de 10,9 %. Elle semble, par contre, avoir une moins grande influence sur les attractions avec frais d'admission dont les activités se déroulent à l'intérieur, car certaines ont enregistré des hausses d'achalandage, notamment les casinos (taux de croissance de l'achalandage de 19,9 %). Mais ce n'est pas le cas pour les musées, galeries d'arts et centres éducatifs et d'interprétation qui ont subi une légère baisse.

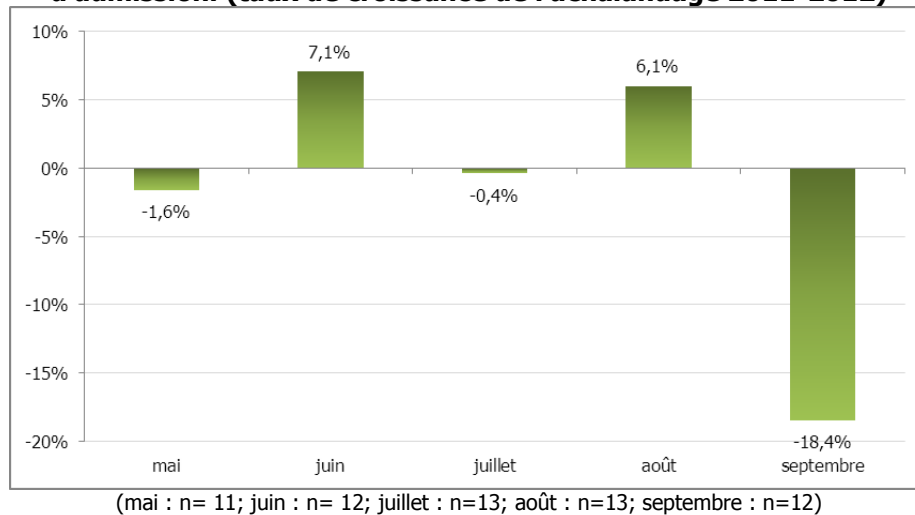
L'impact du conflit étudiant

Le conflit étudiant qui s'est déroulé au printemps 2012 a possiblement eu un effet négatif sur le choix du lieu de vacances pour les touristes internationaux. Rappelons que ce conflit a été fortement

¹⁸ Climat Québec, http://www.climat-quebec.qc.ca/home.php?id=monthly_seasonal_summary&mpn=climate_mon&slt_year=11&slt_periode=1&slt_season=2&ub=Afficher

médiatisé par les journaux et les blogues internationaux¹⁹. Des images sur les interventions musclées des escouades antiémeutes de la police et les arrestations ont assurément freiné, à court terme, l'intérêt touristique pour le Québec. Comme Montréal est la principale porte d'entrée de ce tourisme au Québec, ce conflit peut expliquer en partie son faible taux de croissance d'achalandage (0,2 %) et le taux de près de 55 % des attractions qui auraient subi une baisse de leur achalandage. C'est ce que semble refléter le graphique 4 pour les attractions avec frais d'admission membres de la SATQ, du moins pour les mois de mai à juillet. Le vice-président de l'Association des hôtels du Grand Montréal explique la hausse au mois de juin par la présence de congrès dans la métropole.²⁰

Graphique 4 : Croissance de l'achalandage des attractions montréalaises avec frais d'admission. (taux de croissance de l'achalandage 2011-2012)



Une chose est certaine toutefois, selon les statistiques de Tourisme Québec, le tourisme international a diminué au Québec aux mois de mai (-2%), juillet (-8,1%), août (-3,7%) et septembre (-7,0%). Ce qui n'a pas été le cas pour l'ensemble du Canada qui a plutôt connu des hausses durant tous les mois de l'été sauf en juillet (mai, 1,9%; juin, 4,1%; juillet, -4,4%; 3,3% août; septembre 2,5%).²¹

La force du dollar canadien et la crise économique des pays européens

La vigueur du dollar canadien et la crise économique des pays européens qui sévit depuis quelque temps dans cette région du monde peuvent aussi avoir contribué davantage aux voyages hors Québec des Québécois d'une part, et des touristes étrangers à visiter le Québec d'autre part.

En effet, plusieurs Québécois semblent avoir opté pour les États-Unis comme destination de vacance. Selon CAA-Québec « *Entre le 1er mai et le 18 juillet, les Québécois qui ont demandé un tracé routier à CAA-Québec ont préféré partir d'abord sur la côte est américaine.* »²² La parité avec le dollar américain rendait cette destination accessible et attrayante pour les Québécois.

Quant au tourisme international, les statistiques sont probantes, de mai à septembre 2012, les touristes européens à entrer au Québec ont chuté de 7,2 % comparativement aux données de 2011. Pour les Américains, nous constatons plutôt une stagnation avec un taux de -0,1 %.

¹⁹ La Presse.ca (24 mai 2012), *Le conflit étudiant vu par les médias étrangers*, <http://www.lapresse.ca/actualites/dossiers/conflit-etudiant/2012/05/24/01-4528137-le-conflit-etudiant-vu-par-les-medias-etrangers.php>;

La Tribune, *Le journal/Le Monde parle des arrestations de Sherbrooke* (23 mai 2012), http://www.lapresse.ca/la-tribune/actualites/2012/05/23/01-4527922-le-journal-le-monde-parle-des-arrestations-de-sherbrooke.php?utm_categorieinterne=traficdrivers&utm_contenuinterne=cyberpresse_vous_suggere_4528137_article_PO_S1;

Radio-Canada.ca (23 mai 2012), *Le conflit étudiant s'internationalise*, <http://www.radio-canada.ca/nouvelles/International/2012/05/23/006-conflit-etudiant-revue-de-presse.shtml>

L'Association des hôtels du Grand Montréal doute des chiffres avancés par Tourisme Québec, <http://tourismexpress.com/nouvelle.php?id=902>²¹ Bulletin international de Tourisme Québec, http://www.tourisme.gouv.qc.ca/publications/bulletins_info/bulletin/2012/mai/index.html

²¹ Bulletin international de Tourisme Québec, http://www.tourisme.gouv.qc.ca/publications/bulletins_info/bulletin/2012/mai/index.html

²² Radio-Canada (21 juillet 2012), *Tourisme : quand la météo va, tout va!*, <http://www.radio-canada.ca/nouvelles/societe/2012/07/20/002-tourisme-quebec-prevision.shtml>

Tableau 12 : Entrées directes au Québec des touristes européens et américains (mai à septembre)²³

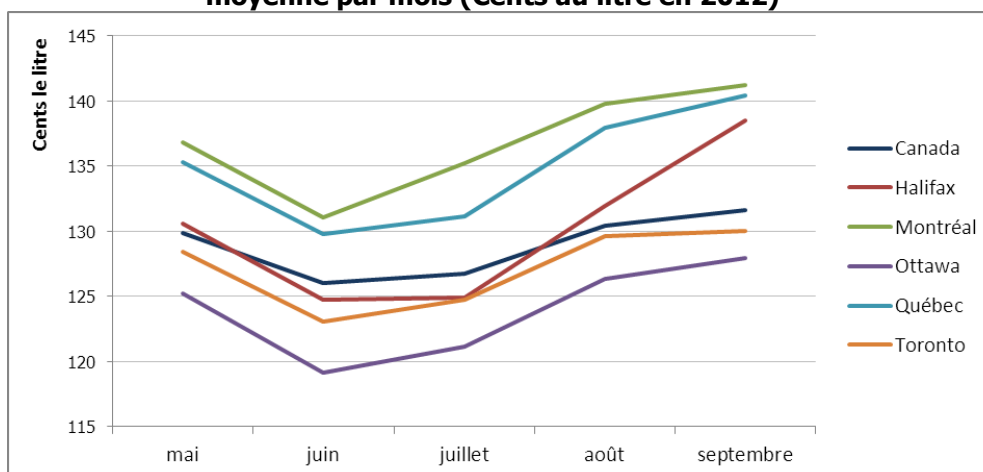
Provenance des touristes	Nombre d'entrées en 2012	Nombre d'entrées en 2011	Taux de croissance 2011-2012 (%)
Europe	375 934	405 043	-7,2
États-Unis	859 360	859 871	-0,1
<i>En automobile</i>	<i>491 643</i>	<i>485 561</i>	<i>1,3</i>
<i>Autres que l'automobile</i>	<i>367 717</i>	<i>374 301</i>	<i>-1,8</i>

Ces baisses peuvent expliquer les résultats moyens de Montréal ainsi que le taux de croissance plus ou moins élevé de l'achalandage des attractions sises dans la ville de Québec.

Le prix de l'essence

Le graphique suivant montre clairement que le prix de l'essence à la pompe dans les villes québécoises est en moyenne supérieur qu'ailleurs au Canada, et ce de mai à septembre. Le scénario alarmiste d'un prix de 1,50 \$ le litre ne s'est peut-être pas concrétisé²⁴, mais le prix a toutefois atteint plus de 1,40 \$ en août et septembre.

Graphique 5 : Prix à la pompe dans certaines villes canadiennes et au Canada, moyenne par mois (Cents au litre en 2012)²⁵



Comme le transport est un poste de dépenses important dans le budget des vacances, ce prix peut avoir découragé les vacanciers à choisir des destinations plus lointaines. Ceci pourrait expliquer l'attrait des activités situées dans les régions périphériques des pôles urbains, d'où la forte croissance de leur achalandage, et inversement, une croissance des visiteurs beaucoup moins élevée dans les régions éloignées.

« Nous recevons plusieurs centaines de demandes de tracés routiers par jour, affirme Philippe Saint-Pierre, porte-parole de CAA-Québec. Cette année, [...] on enregistre une légère hausse des demandes. Mais, coût de l'essence oblige, ils [les Québécois] vont moins loin que les années précédentes. »²⁶

²³ Compilation du service de recherche de FEQ-SATQ à partir des données disponibles dans les Bulletins touristiques mensuels de Tourisme Québec, http://www.tourisme.gouv.qc.ca/publications/bulletins_info/bulletin/2012/index.html

²⁴ Le Soleil, (01 mars 2012), *Prix de l'essence : le litre à 1,50\$ d'ici l'été*, <http://www.lapresse.ca/le-soleil/affaires/actualite-economique/201202/29/01-4501155-prix-de-lessence-le-litre-a-150-dici-lete.php>

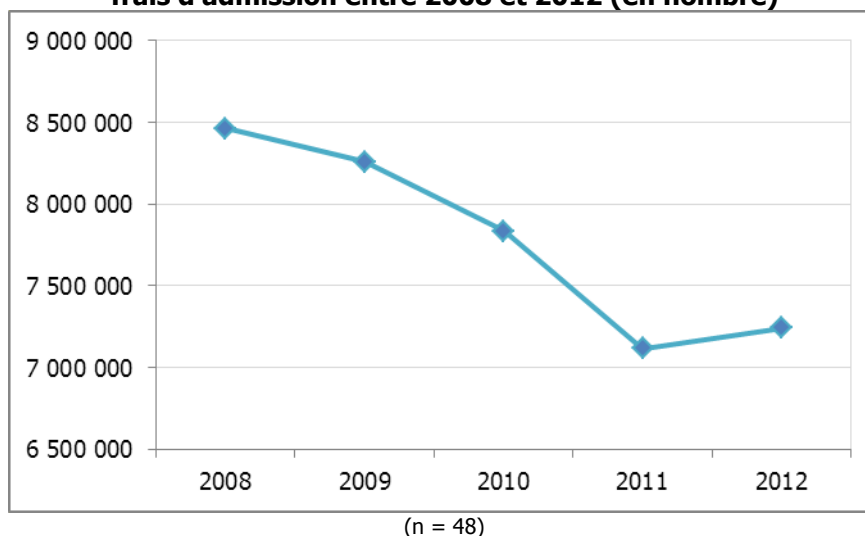
²⁵ Compilation spéciale du service de recherche de FEQ-SATQ à partir des données tirées du site de Ressources naturelles Canada, http://www2.nrcan.gc.ca/eneene/sources/pripr/prices_bycity_f.cfm?PriceYear=2012&ProductID=1&LocationID=66,39,28,18,29,17#PriceGraph

²⁶ Radio-Canada (21 juillet 2012), *Tourisme : quand la météo va, tout va!*, <http://www.radio-canada.ca/nouvelles/societe/2012/07/20/002-tourisme-quebec-prevision.shtml>

3. UNE ÉVOLUTION QUI POSE DES DÉFIS

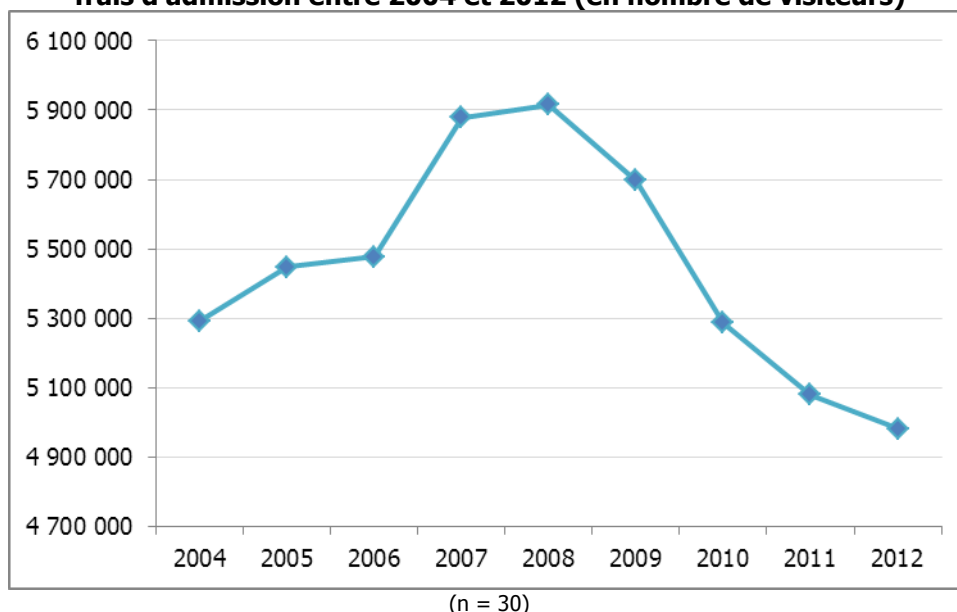
Depuis la crise économique de 2008, l'achalandage dans les attractions avec frais d'admission a connu une diminution. Pour un **échantillon comparable de 48 attractions**, une diminution globale de 14,4 % entre 2008 et 2012 a été calculée, pour une diminution moyenne annuelle de 3,1 %. Toutefois un vent d'optimisme semble poindre en 2012 avec la hausse d'achalandage de 5,8 % (graphique 8).

Graphique 6 : Évolution comparable de l'achalandage des attractions touristiques avec frais d'admission entre 2008 et 2012 (en nombre)



La reprise semble, par contre, fragile, car elle peut reposer que sur quelques attractions. Lorsque nous regardons la tendance sur les neuf dernières années, à partir d'un **échantillon comparable de 30 attractions**, nous constatons que depuis la crise économique de 2008, le nombre de visiteurs dans les attractions n'a cessé de diminuer.

Graphique 7 : Évolution comparable de l'achalandage des attractions touristiques avec frais d'admission entre 2004 et 2012 (en nombre de visiteurs)



La Société des Attractions Touristiques du Québec (SATQ) est fortement concernée par la santé des attractions touristiques. La baisse de l'achalandage qui sévit depuis 2008 a posé et pose encore plusieurs défis pour l'industrie surtout dans un contexte de tourisme international où la concurrence est de plus en plus vive.

Pour redynamiser le secteur, le service de Recherche de la SATQ a identifié quatre enjeux, lesquels vont dans le même sens que les conclusions du *Comité performance de l'industrie touristique au Québec* en 2011.²⁷

1. Le renouvellement de l'offre touristique : Développer un produit original de calibre international.
2. Le financement.
3. La professionnalisation de l'industrie, ses gestionnaires, la relève et la main-d'œuvre.
4. Des actions promotionnelles misant sur des alliances. Le réseautage.

À cet égard, la SATQ ne peut que se réjouir de l'initiative du gouvernement du Québec de mettre en place des outils de financement adaptés aux entreprises touristiques. L'un d'eux est le Programme d'appui au développement des attraits touristiques qui sera géré par Investissement Québec, via sa nouvelle division *Investissement Québec Tourisme* (IQ Tourisme).²⁸ Ce programme viendra répondre en partie aux trois premiers défis identifiés.

Pour ce qui est du défi de la promotion, la SATQ continue à développer et bonifier ces propres outils : Guide des Vacances au Québec (anglais et français), Quebecvacances.com, médias sociaux et marketing relationnel ainsi qu'une présence dans les salons touristiques aux États-Unis et dans d'autres provinces canadiennes. Des outils qui cherchent à encourager les Québécois à prendre leurs vacances au Québec, mais aussi à solliciter les marchés extérieurs.

²⁷ Tourisme Québec, *Rapport du comité de performance de l'industrie touristique*, <http://www.tourisme.gouv.qc.ca/publications/publication/rapport-comite-performance-industrie-touristique-230.html?categorie=41>

²⁸ Tourisme Québec, *Plan de développement touristique 2012-2020*, <http://www.aqit.ca/telechargement/plan-dev-tour-2012-2020.pdf>