

**COMMUNIQUÉ DE PRESSE**

**Pour diffusion immédiate**

**Une saison touristique estivale réussie dans les Cantons-de-l’Est**

**Sherbrooke, 10 octobre 2024** – Tourisme Cantons-de-l’Est est ravie de partager les résultats du sondage couvrant la période du 1er mai à la fin septembre 2024 auquel 325 entreprises touristiques de la région ont répondu. La saison estivale s’est globalement bien déroulée pour la grande majorité des entreprises touristiques des Cantons-de-l’Est, avec 80 % des répondants se déclarant satisfaits ou très satisfaits. Enrichie par plus d’une centaine de nouveautés, l’offre touristique estivale a su captiver et attirer les visiteurs, renforçant ainsi la position des Cantons-de-l’Est comme destination de choix pour des vacances mémorables.

**Achalandage global élevé**

La saison semble avoir répondu aux attentes d’une majorité des entreprises touristiques et les résultats concernant l'achalandage confirment cette tendance positive. Le sondage révèle en effet que près de 60 % des répondants considèrent leur achalandage estival comme « élevé » ou « très élevé ». Bien que 30 % des répondants aient signalé un achalandage moyen, il est encourageant de constater que seulement 9 % des entreprises ont rapporté un achalandage faible ou très faible.

« Les résultats de la saison estivale 2024 sont positifs et confirment que les efforts conjugués de nos partenaires, des entreprises et de l’équipe de Tourisme Cantons-de-l’Est portent leurs fruits. Cela nous incite à intensifier nos actions en matière de promotion, d’accueil, de structuration et de développement, afin de maintenir la région comme une destination de choix, tout en continuant à offrir une expérience inoubliable aux visiteurs, » partage Isabelle Charlebois, directrice générale de Tourisme Cantons-de-l’Est.

**Des performances sectorielles variées par rapport à l’été 2023**

La perception de l’achalandage estival par rapport à la saison précédente varie d’un secteur à l’autre.

Le secteur de la restauration a connu une saison particulièrement favorable avec 62 % des répondants rapportant une hausse d’achalandage par rapport à l’été précédent, tandis que seulement un quart des entreprises ont connu une baisse, le reste ayant profité d’un achalandage similaire à l’été dernier.

Le secteur de l’hébergement présente des résultats un peu plus diversifiés. Près de la moitié (46 %) des répondants ont constaté une augmentation légère à importante de leur achalandage par rapport à l’été dernier, tandis qu’une minorité (15 %) ont connu un achalandage similaire à l’an dernier et un tiers (30 %) a enregistré une baisse.

La performance générale est globalement positive, notamment avec des records au niveau du nombre d'unités occupées en mai et juin (+3 % vs 2023, +26,5 % vs 2019) ainsi qu’une légère augmentation pour juillet et août (+6 % vs 2023, +9 % vs 2019).

En ce qui a trait au taux d’occupation (unités occupées sur quantité d'unités totales disponibles) les hébergements ont affiché dans l’ensemble de très bons résultats cet été, atteignant 63 % en juillet et 69 % en août, semblables aux moyennes saisonnières.

Le secteur des attraits, événements et services présente de son côté un bilan contrasté mais encourageant, avec des performances variées d’une entreprise à l’autre. Plus de 40 % des entreprises ont enregistré une hausse de fréquentation, dont près de la moitié rapporte une augmentation importante par rapport à l’été 2023. D'un autre côté, un tiers des répondants ont constaté une baisse quelque peu significative, alors qu’une entreprise sur cinq n’a pas connu de variation d’achalandage.

**Retour des clientèles internationales**

Cette année, les clientèles en provenance de presque tous les marchés sont légèrement à la hausse ou plutôt stable par rapport à l’été 2023. L’été a toutefois été marqué par la présence remarquée des visiteurs américains et internationaux. En effet, les clientèles provenant des États-Unis et de l’international sont celles ayant enregistré les plus fortes hausses versus 2023, avec des augmentations respectivement remarquées par 30 % et 23 % des répondants.

**Météo, main-d’œuvre et conjoncture économique : entre défis et opportunités**

En ce qui a trait à la pénurie de main-d’œuvre sévissant dans l’industrie touristique depuis quelques années, la situation s’améliore progressivement. Pour une proportion significative d'entreprises touristiques des Cantons-de-l'Est (40 %), la pénurie de main-d'œuvre n'a pas eu d’impact cette saison, les défis étant qualifiés d’inexistants à ce niveau, et pour près du quart des répondants (24 %), les défis n’eurent qu’un faible impact.

Néanmoins, le nombre de postes restés vacants dans les entreprises (7 % en moyenne) et l'existence de défis persistants pour une partie non négligeable du secteur touristique régional (35 %) appellent à poursuivre les efforts, tant en valorisation des métiers en tourisme qu’en ce qui a trait au recrutement, à la rétention ou à l’expérience-employé.

La conjoncture économique, marquée par l’inflation, a pour sa part influencé le comportement des visiteurs, notamment par une tendance accrue des réservations de dernière minute et une réduction remarquée des dépenses.

La météo s’est aussi mise de la partie et la chaleur a eu des impacts positifs pour plusieurs : 32 % des répondants ont mentionné que la météo a influencé positivement leur achalandage, allant d'une légère à une forte hausse. Cet impact est particulièrement visible dans le secteur des attractions, activités, événements ou services touristiques, qui représentent 48 % des répondants.

Cependant, pour d'autres, en particulier au niveau des coûts d'exploitation, les températures élevées ont entraîné des conséquences négatives, obligeant les entreprises à gérer des dépenses supplémentaires pour faire face aux aléas de la météo.

**Efforts de promotion**

L’équipe de Tourisme Cantons-de-l’Est a déployé d’importants efforts promotionnels durant l’été 2024 pour promouvoir l’offre touristique et ainsi attirer les visiteurs dans la région.

La campagne de destination « Close to you. Far from *ordinaire.* » a connu un franc succès, générant plus de 42 millions d’impressions en affichage extérieur notamment à Toronto, et une couverture notable dans le Boston Globe avec plus de 1,5 million d’impressions. Cette stratégie d’affichage a été renforcée par une campagne vidéo diffusée sur Netflix, YouTube et Meta, qui a enregistré 4,8 millions de vues. Au-delà de la campagne de notoriété, Tourisme Cantons-de-l'Est a propulsé une panoplie d’idées d’activités et d’itinéraires auprès des couples, des familles et des groupes d’amis.  Cette tactique a généré plus de 11 millions d’impressions et 159 000 clics.

Sur le plan numérique, le site Web [cantonsdelest.com](https://www.cantonsdelest.com/) et sa version anglaise easterntownships.org ont enregistré, entre mai et septembre 2024, une hausse de 10,5 % des visites, atteignant plus de 1,6 million de visiteurs. Les Québécois ont représenté 76 % des visites web, un chiffre en augmentation de 32 % par rapport à l'année précédente. La fréquentation en provenance des États-Unis est également en hausse (5 %).

En parallèle, TCE a intensifié ses efforts auprès des médias, des créateurs de contenu et des professionnels du voyage pour stimuler l’intérêt envers la destination. Notamment, la visibilité générée par les créateurs de contenu ayant visité la région lors de tournées de familiarisation a permis d’atteindre plus de 963 000 personnes sur les médias sociaux et de générer plus de 342 000 gestes d’engagement. La région a aussi été abondamment couverte dans les médias écrits, radio et télé d’ici et à l’international, avec quelques 1800 mentions générant plus de 1,9 milliard d’impressions.

**Optimisme prudent pour l’hiver 2024-25**

Les perspectives pour la prochaine saison hivernale sont encourageantes, mais difficile à prévoir. Parmi les entreprises qui seront en opération, un tiers des répondants se dit optimiste. Un autre tiers se déclare ni pessimiste ni optimiste, démontrant une certaine prudence vis-à-vis des prédictions quant aux performances de la saison à venir. Le faible niveau de pessimisme (moins de 15 %) montre que la majorité des entreprises sont plutôt confiants et s’attendent à une certaine stabilité, malgré les incertitudes liées à la météo et aux conditions économiques.

« Avec une offre hivernale riche et diversifiée, les Cantons-de-l’Est demeurent une destination incontournable, tant pour les adeptes de plein air que les amoureux de culture ou les épicuriens. Avec les résultats du sondage, nous sommes confiants quant aux perspectives pour les mois à venir, et continuerons à collaborer étroitement avec nos partenaires pour soutenir et promouvoir les Cantons-de-l’Est auprès des québécois et des clientèles hors-québec,» conclut la directrice générale de Tourisme Cantons-de-l’Est.

**À propos de Tourisme Cantons-de-l’Est**

Tourisme Cantons-de-l’Est est l’une des 21 associations touristiques régionales (ATR) du Québec et la mandataire officielle du ministère du Tourisme dans la région. Depuis 1978, Tourisme Cantons-de-l’Est a pour mission de favoriser le développement touristique de la région, promouvoir, concerter, soutenir, et représenter l’ensemble du secteur touristique, tout en mettant l’accent sur la qualité de l’expérience-visiteur. L’ATR regroupe quelques 600 membres et plus de 1 000 offres répartis dans les 9 MRC et dans l’ensemble des secteurs de l’industrie touristique : hébergement, restauration, attraits, activités et événements.

Les Cantons-de-l’Est occupent le quatrième rang des régions les plus visitées au Québec avec des volumes ayant atteint 10 millions de visiteurs annuellement, engendrant 6,5 millions de nuitées et dépensant plus de 900 M$ par année. Le tourisme dans la région génère plus de 20 000 emplois, plaçant les Cantons-de-l'Est au 5e rang pour le nombre le plus élevé d’emplois en tourisme parmi l’ensemble des régions touristiques.

- 30 -

**Source :** Shanny Hallé

Coordonnatrice aux relations de presse - Tourisme Cantons-de-l’Est

Cellulaire : 819 821-1220 | Courriel : shalle@atrce.com