



## PORTAIT D'ENSEMBLE

Bilan 2012

### Les séjours des Américains au Québec se font un peu plus courts, par conséquent, les dépenses reculent

Au Québec, en 2012, le nombre de visiteurs est demeuré pratiquement inchangé par rapport à 2011 (- 0,2 %).

- Bien que le nombre de nuitées ait sensiblement diminué, la durée moyenne de séjour (-0,1 jour à 3,8 jours en 2012) reste dans la moyenne des dernières années.
- Les dépenses sont en baisse si bien que les dépenses moyennes ont reculé de 20 \$ par séjour à 563 \$, un creux en cinq ans.

	États-Unis		
	2011	2012	Δ 12/11
<b>Nombre de visiteurs (000)</b>	2 395	2 391	- 0,2 %
- <i>Touristes</i>	1 791	1 794	0,2 %
- <i>Excursionnistes</i>	604 *	598 *	- 1,0 %
<b>Dépenses touristiques (M\$)</b>	1 069	1 031	- 3,5 %
- <i>Touristes</i>	1 044	1 009	- 3,3 %
- <i>Excursionnistes</i>	25 *	22 *	- 11,2 %
<b>Nuitées (000)</b>	6 935	6 748	- 2,7 %

Δ Variation

\* Donnée fournie à titre indicatif et à utiliser avec réserve

Source : Statistique Canada.

Compilation : Direction générale du développement de l'industrie touristique, Tourisme Québec.

## Défis et enjeux

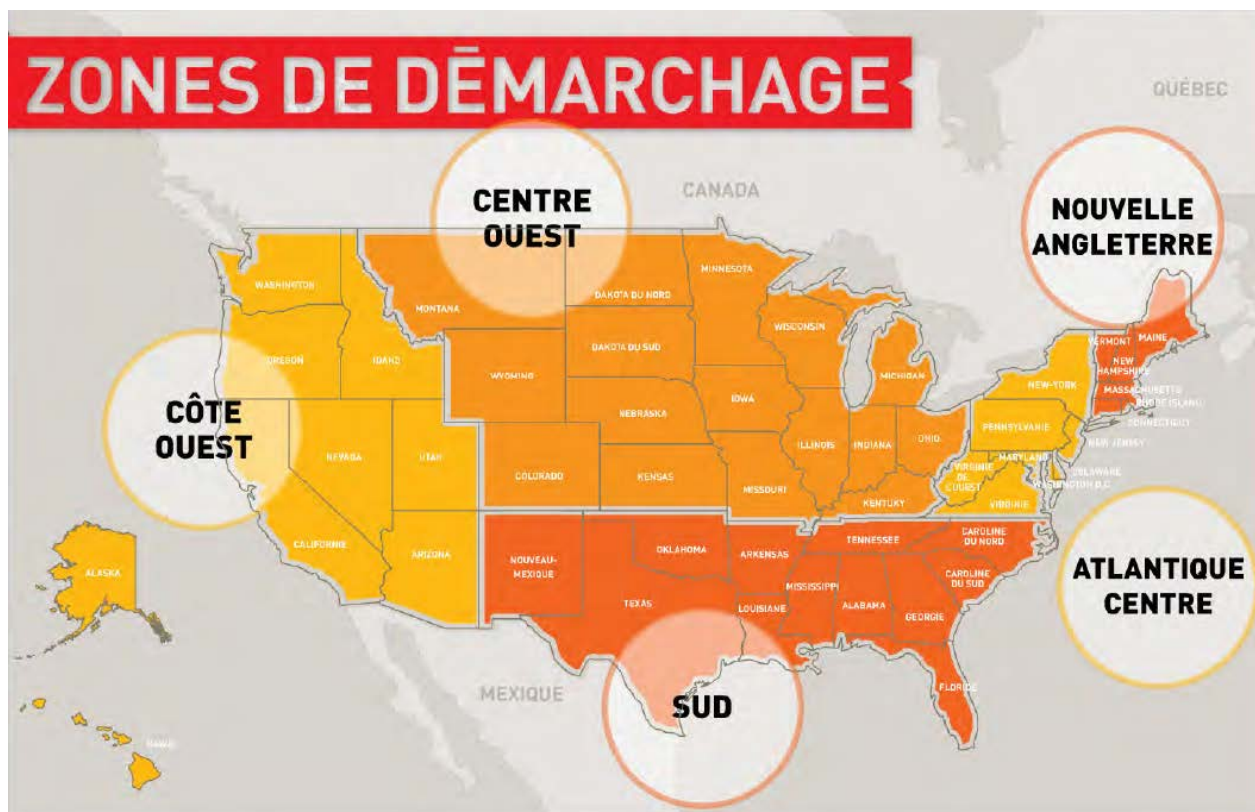
### Des phénomènes sous haute surveillance

Le marché américain est primordial pour le Québec. Toutefois, la hausse marquée du Huard à partir de 2002 suivie de la récession de 2008-2009 puis du maintien de la devise autour de la parité avec le *Greenback* (dollar américain) a freiné l'ardeur des Américains pour le Québec (de 2002 à 2012, recul de 1,88 million de visiteurs étasuniens au Québec). En outre, ces différents chocs externes ont fait apparaître des phénomènes qui sont autant de défis pour l'industrie touristique québécoise.

- Les Américains visitent les parents et amis dans une plus grande proportion :
  - ✓ résultat : **plafonnement du nombre de nuitées et des recettes touristiques.**
- Le Québec et le Canada ne sont pas aussi bon marché qu'avant pour les Américains :
  - ✓ résultat : **pertes de parts du marché américain** au profit de certaines destinations, notamment en Europe, dans les Caraïbes ainsi qu'en Asie.
- De plus en plus de Québécois visitent le pays de l'Oncle Sam :
  - ✓ résultat : **détérioration de notre balance touristique** avec les États-Unis.

# SYNTHÈSE DES ZONES DE DÉMARCHAGE AMÉRICAINES

## APERÇU

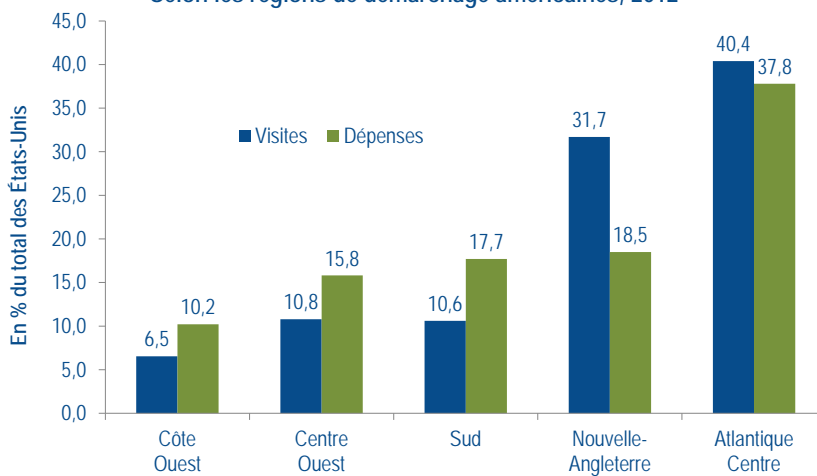


La proximité, un gage d'achalandage :  
**L'éloignement demeure néanmoins plus payant**

En 2012, l'Atlantique Centre demeure notre plus gros marché au sud de la frontière.

- Les marchés du Sud, du Centre Ouest et de la côte Ouest des États-Unis rapportent toutefois davantage par visiteur;
- La Nouvelle-Angleterre amène beaucoup de visiteurs au Québec, la proportion importante d'excursionnistes (40 %) explique la plus faible part des dépenses.

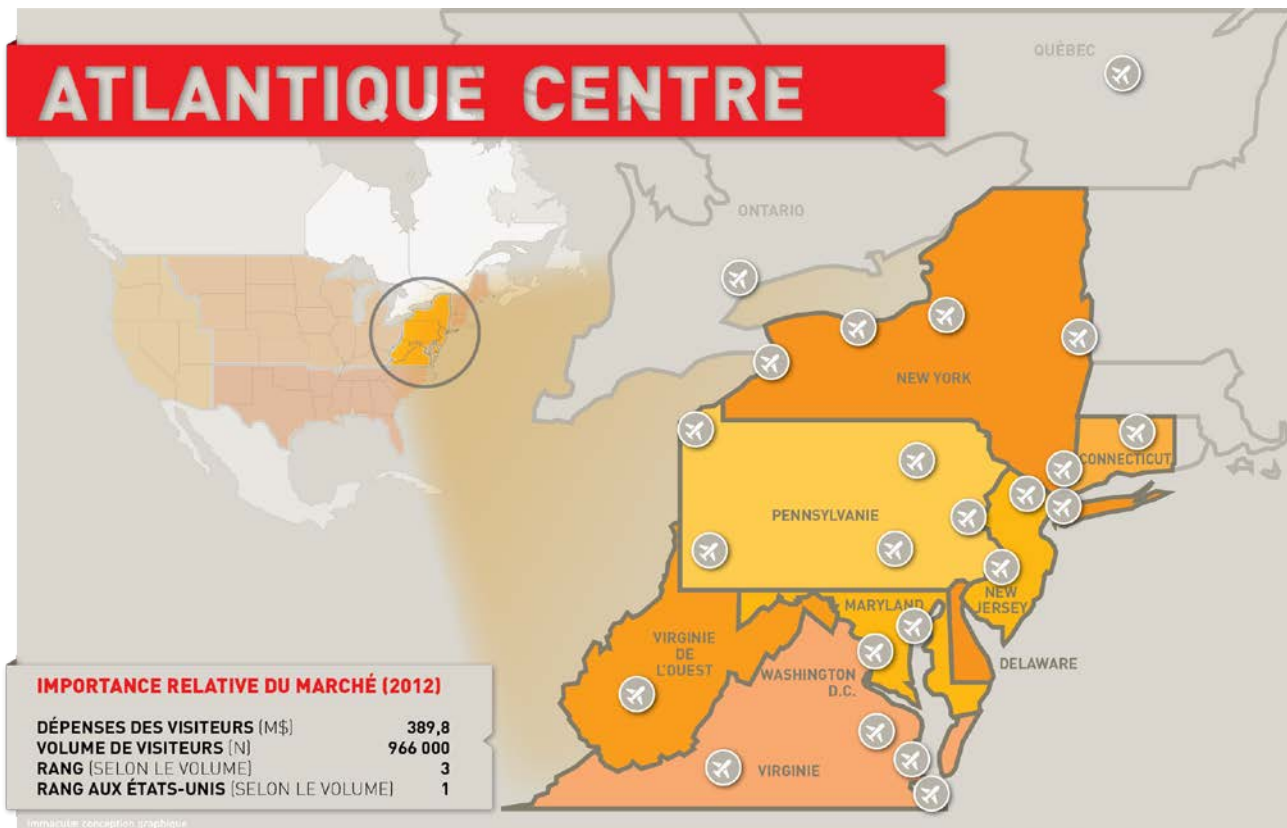
Part des visiteurs et de leurs dépenses au Québec  
 Selon les régions de démarchage américaines, 2012



Source : Statistique Canada.  
 Compilation : Direction générale du développement de l'industrie touristique, Tourisme Québec.

# SYNTHÈSE DES ZONES DE DÉMARCHAGE AMÉRICAINES

## ATLANTIQUE CENTRE : NOTRE 1<sup>ER</sup> MARCHÉ AMÉRICAIN



Des états à proximité

### Des métropoles rapidement inscrites dans la reprise économique

L'Atlantique Centre compte 9 États :

- New York représente à lui seul 22,5 % des visiteurs américains et 17,7 % de leurs dépenses au Québec.

En outre, ailleurs dans cette zone, deux métropoles importantes se sont relevées plus rapidement de la dernière récession, soit Pittsburgh et Washington.

# SYNTHÈSE DES ZONES DE DÉMARCHAGE AMÉRICAINES

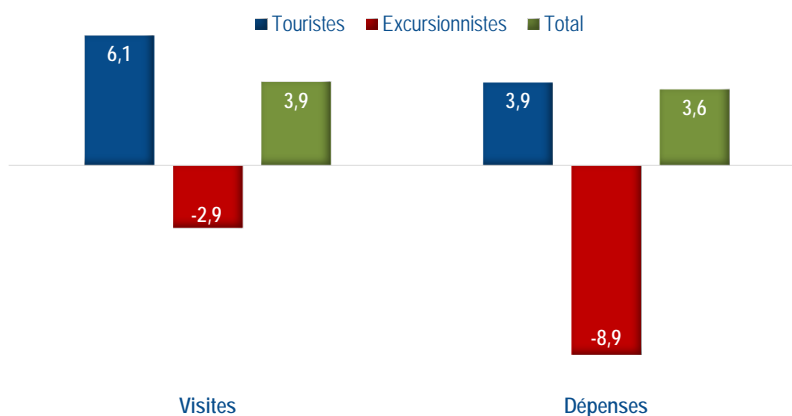
## Évolution récente

### Des gains non négligeables

En 2012, la performance du marché de l'Atlantique Centre au Québec présente des signes encourageants :

- le nombre de visiteurs (+ 3,9 %) et leurs dépenses (+ 3,6 %) sont en hausse notable;
- les touristes sont de retour et ont presque retrouvé leur niveau de dépenses d'avant la récession.

Évolution du nombre de visiteurs et de leurs dépenses au Québec, selon le type de visiteur  
Atlantique Centre, 2011-2012 (en pourcentage)



Source : Statistique Canada.

Ce résultat masque toutefois un **recul du nombre de nuitées** (- 2,1 %) et donc une **durée de séjour légèrement plus courte**, soit 3,6 jours versus 3,9 jours en 2011.

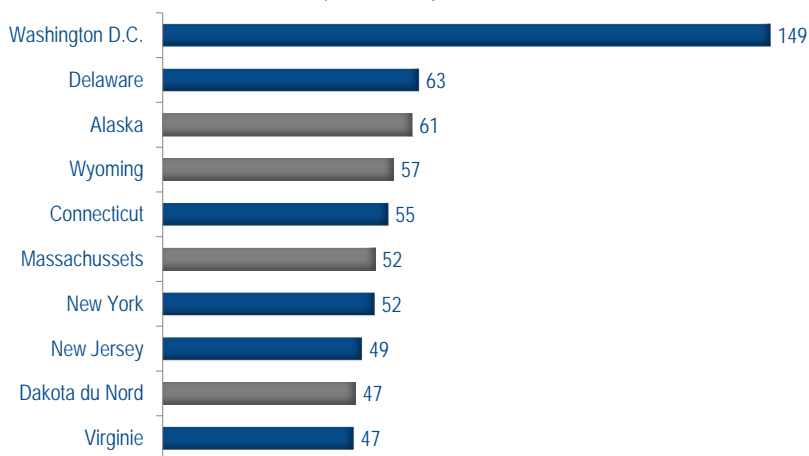
## Richesse rime avec tourisme

### L'Atlantique Centre, la plus fortunée

La zone de l'Atlantique Centre est, de loin, la plus riche des États-Unis :

- des 10 États possédant le PIB par habitant le plus élevé, 6 sont issues de l'Atlantique Centre;
- ce sont autant d'États qui peuvent représenter un potentiel de visiteurs supplémentaires.

Les dix premiers états américains selon la richesse par habitant  
(en milliers), 2012



Source : Bureau of Economic Analysis, U.S. Department of Commerce.  
Note : Calculé à partir des prix de 2005

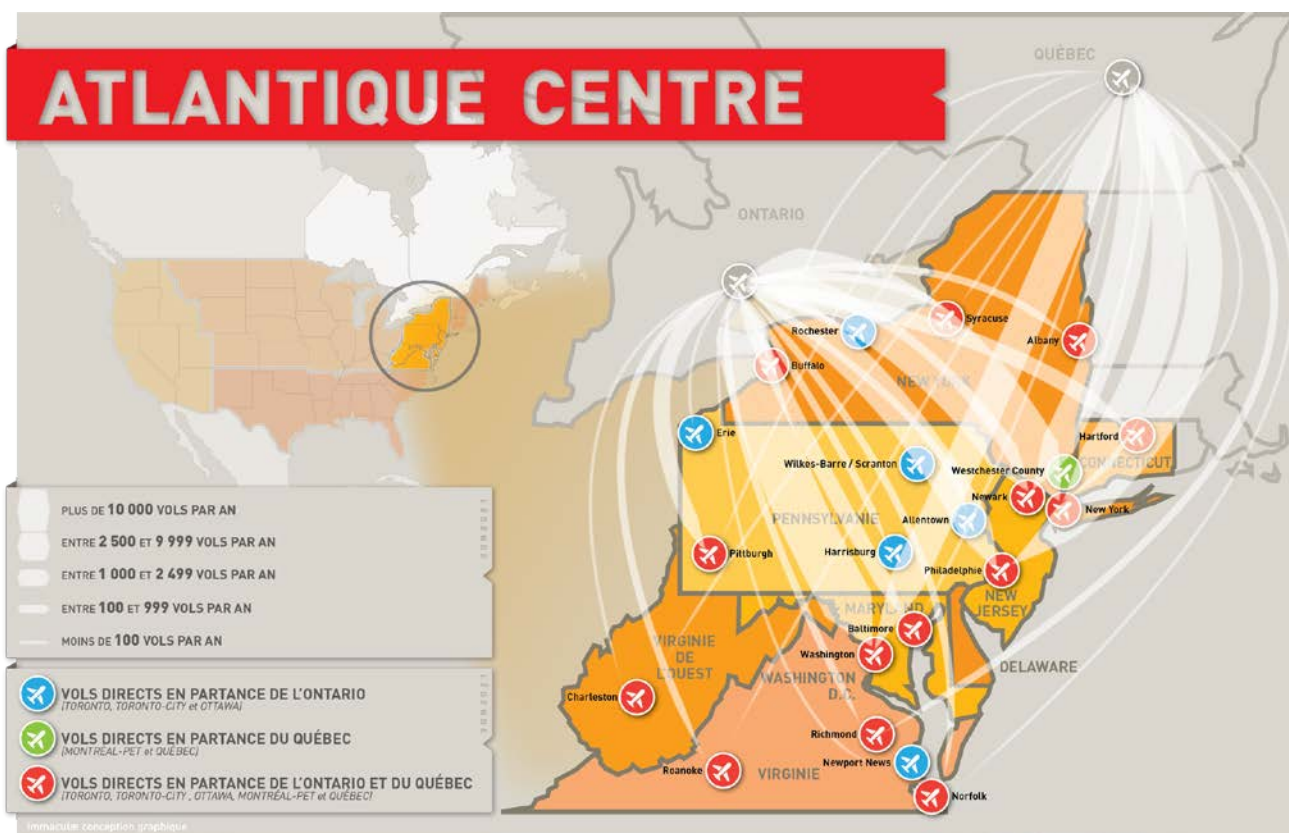
# SYNTHÈSE DES ZONES DE DÉMARCHAGE AMÉRICAINES

## Accessibilité aérienne

### Une bonne desserte qui demeure modeste par rapport à l'Ontario

Bien que l'accessibilité aérienne du Québec avec l'Atlantique Centre soit relativement bonne, il apparaît néanmoins un retard en comparaison de l'Ontario, et ce, à quelques niveaux :

- la fréquence des vols est souvent plus grande pour les mêmes destinations;
- le nombre de destinations dites « exclusives » entre l'Ontario et l'Atlantique Centre est supérieur à celles entre le Québec et l'Atlantique Centre;
- le nombre de destinations est mieux réparti entre les États de l'Atlantique Centre.



Qu'est-ce qui influence les touristes de l'Atlantique Centre?

### La conjoncture sera-t-elle favorable à un retour massif?

*Afin de suivre le comportement des touristes, il est possible d'analyser l'évolution de certains facteurs macroéconomiques et de mesurer l'impact sur la performance des marchés touristiques. On dresse ainsi un portrait des déterminants de la demande touristique.*

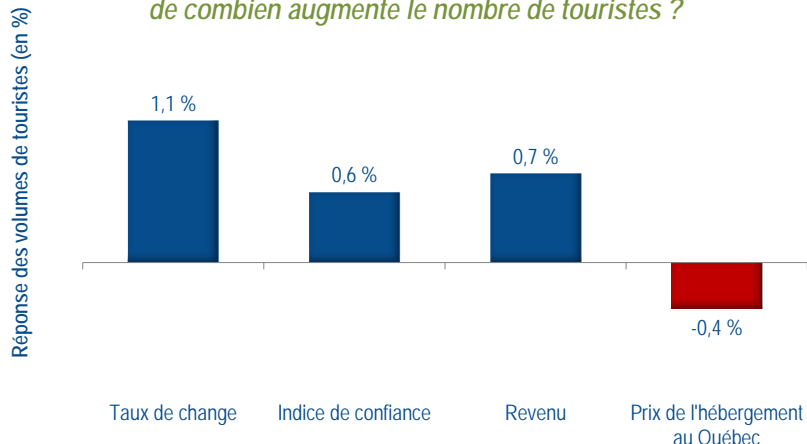
# SYNTHÈSE DES ZONES DE DÉMARCHAGE AMÉRICAINES

En ce qui concerne les touristes de l'Atlantique Centre, il apparaît qu'ils sont :

- **positivement** influencés par l'évolution du taux de change et, dans une moindre mesure, par leurs revenus et la confiance qu'ils ont en l'économie;
- **négativement** influencés par une hausse des prix de l'hébergement. Cet impact est toutefois ténu.

## Impact pour le Québec de la conjoncture sur l'Atlantique Centre

*Lorsqu'un des déterminants suivants croît de 1 % de combien augmente le nombre de touristes ?*



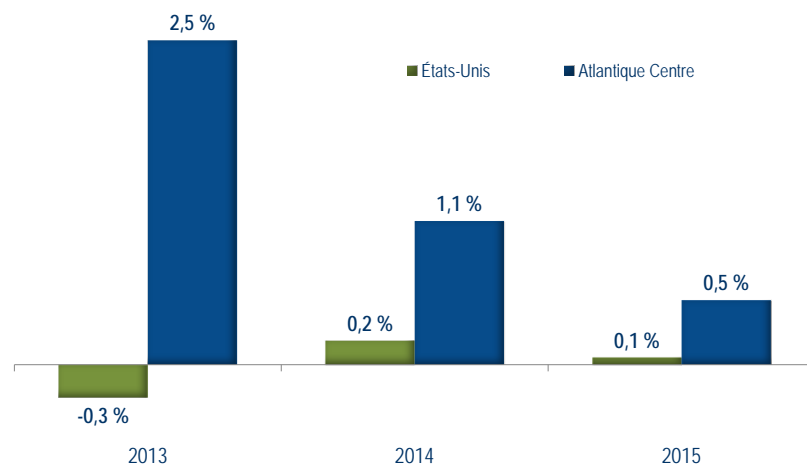
## Perspectives d'ici 2015

### L'Atlantique Centre, un moteur de croissance pour les États-Unis

D'ici 2015, l'évolution du nombre de touristes au Québec provenant de l'Atlantique Centre devrait bénéficier, entre autres, du dollar américain plus fort face à la devise canadienne. Globalement :

- les perspectives de croissance pour le marché de l'Atlantique Centre seraient meilleures que pour l'ensemble du marché américain;
- celles-ci sont toutefois appelées à s'effriter, et ce, année après année.

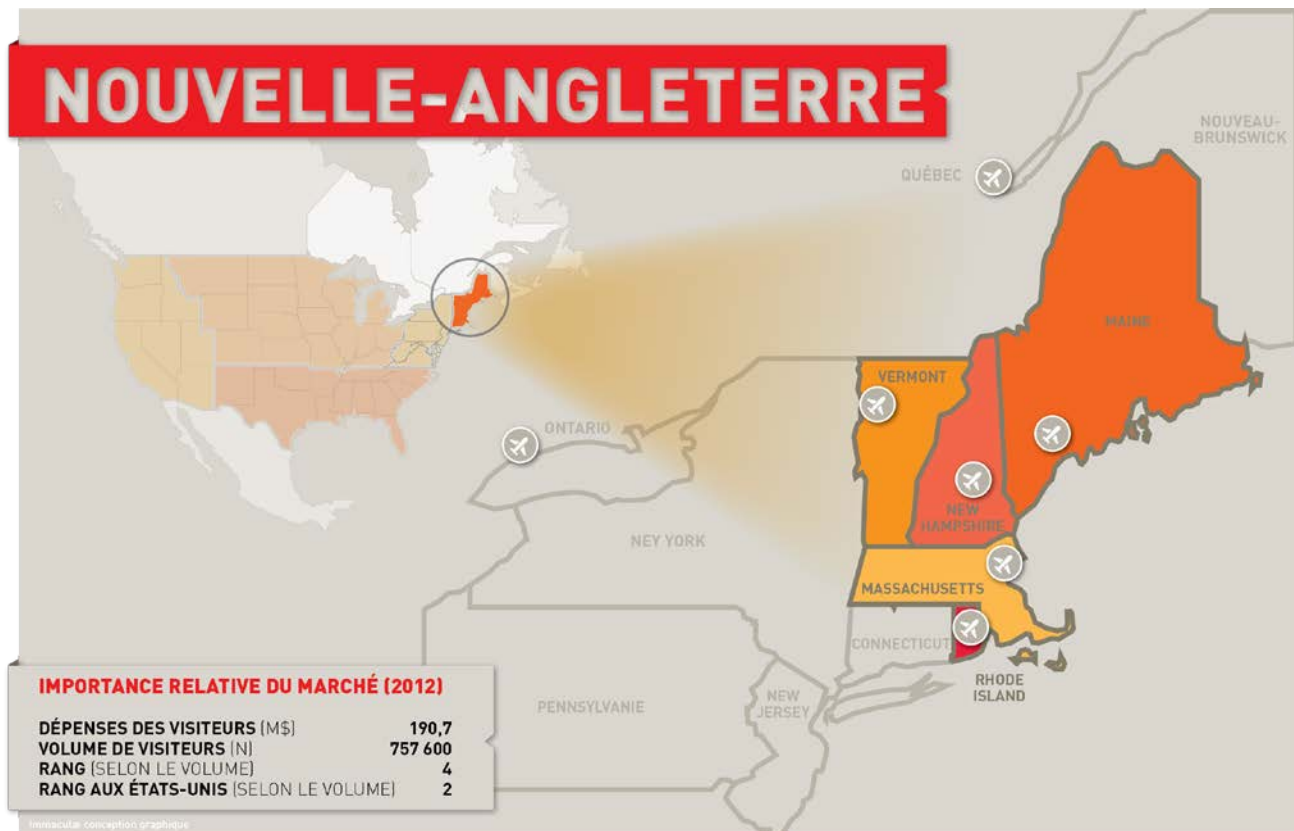
## Prévisions de croissance au Québec Volume de touristes de l'Atlantique Centre, 2013-2015



Source : Direction générale du développement de l'industrie touristique, Tourisme Québec.

# SYNTHÈSE DES ZONES DE DÉMARCHAGE AMÉRICAINES

## NOUVELLE-ANGLETERRE : BONNE DEUXIÈME



Les Américains de la Nouvelle-Angleterre, un petit bassin de visiteurs...  
... qui adoptent le Québec dans une plus grande proportion

La Nouvelle-Angleterre n'est qu'une petite région des États-Unis. En effet, celle-ci ne représente qu'à peine 4 % de tous les revenus du pays :

- son PIB est presque six fois plus petit que celui de l'Atlantique Centre;
- sa proximité fait d'elle un important marché pour le Québec.

# SYNTHÈSE DES ZONES DE DÉMARCHAGE AMÉRICAINES

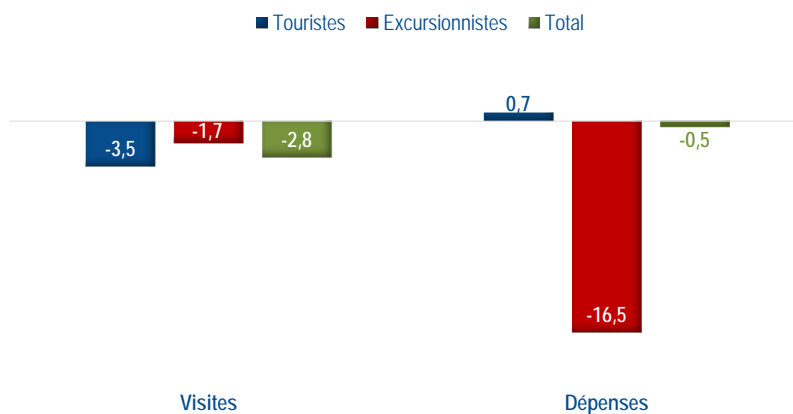
## Évolution récente

### 2012, une année à oublier... en attendant une reprise

En 2012, l'évolution du marché de la Nouvelle-Angleterre déçoit au Québec :

- le nombre de visiteurs (-2,8 %) est en baisse principalement en raison du recul observé chez les touristes (-3,5 %);
- ce repli n'a pas freiné les dépenses de ceux-ci (+0,7 %) en raison, entre autres, de la hausse appréciable du nombre de nuitées (+2,7 %);
- la durée moyenne de séjour s'est tout de même rallongée quelque peu passant de 2,8 jours en 2011 à 3,0 jours en 2012.

Évolution du nombre de visiteurs et de leurs dépenses au Québec, selon le type de visiteur Nouvelle-Angleterre, 2011-2012 (en pourcentage)



Source : Statistique Canada.

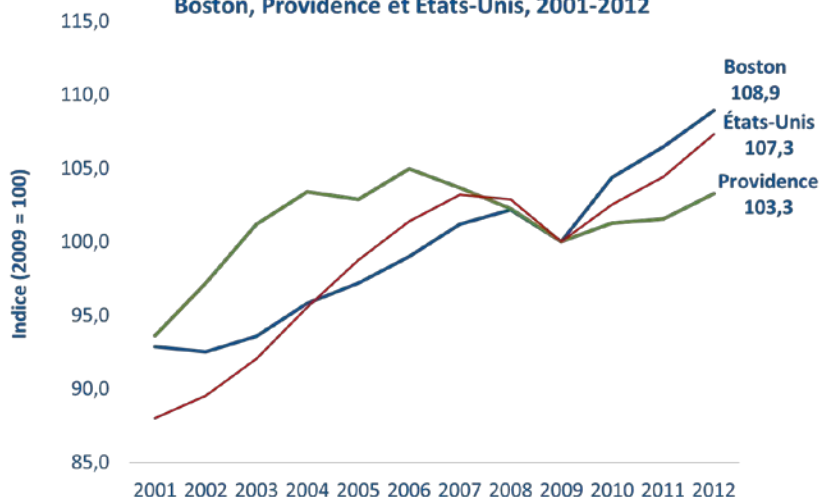
## Une richesse concentrée

### Boston, seule en lice à tous les chapitres

La Nouvelle-Angleterre se compose de 5 États, pour la plupart côtiers. L'activité est surtout concentrée à Boston :

- celle-ci compte pour plus de 40 % de la population et plus de la moitié de l'économie de la région;
- Boston affiche un des PIB par habitant les plus élevés au pays (5<sup>e</sup> rang);
- en comparaison, la ville de Providence est presque trois fois plus petite et deux fois moins riche.

Évolution du produit intérieur brut (PIB) réel Boston, Providence et États-Unis, 2001-2012



Source : Bureau of Economic Analysis.



# SYNTHÈSE DES ZONES DE DÉMARCHAGE AMÉRICAINES

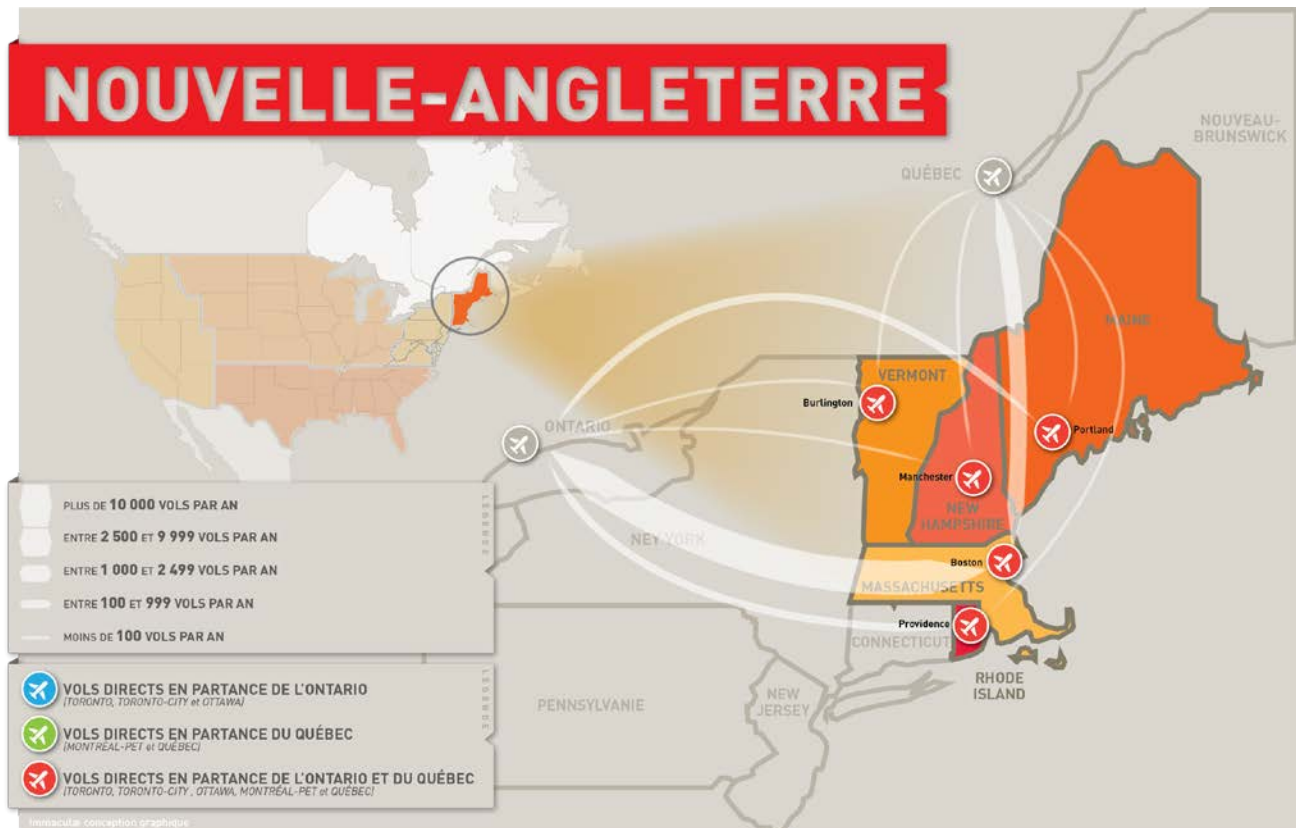
Enfin, depuis la dernière récession, Boston présente une croissance plus vigoureuse. Le *Brookings institution* l'a d'ailleurs fait ressortir dans son classement de 100 zones métropolitaines américaines (14<sup>e</sup> rang sur 100).

Une accessibilité aérienne similaire, mais...  
**... davantage de vols vers l'Ontario**

L'accessibilité aérienne du Québec avec la Nouvelle-Angleterre n'a pas grand-chose à envier à celle qui la relie à l'Ontario.

Une différence ressort néanmoins au niveau du nombre de vols, à la faveur de l'Ontario.

- Ceci est compensé, en partie, par la proximité et le vaste réseau routier.



# SYNTHÈSE DES ZONES DE DÉMARCHAGE AMÉRICAINES

Des décisions prises sur des bases semblables

## Nouvelle-Angleterre et Atlantique Centre, question de proximité

Afin de suivre le comportement des touristes, il est possible d'analyser l'évolution de différents facteurs économiques et de regarder quel impact cela aura sur la performance des marchés touristiques. On dresse ainsi un portrait des déterminants de la demande touristique.

Dans leurs échanges avec le Québec, la Nouvelle-Angleterre et l'Atlantique Centre ont des points en communs :

- leur performance au Québec est dominée par un seul État<sup>1</sup>;
- la présence de postes frontaliers majeurs.

Il n'est donc pas surprenant de constater que le principal facteur qui influence les touristes de ces deux régions soit le même, soit l'évolution du taux de change.

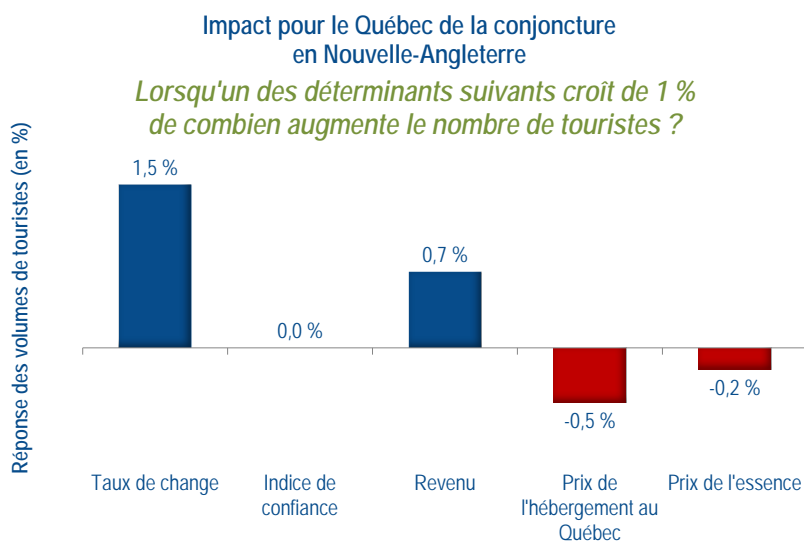
## Perspectives d'ici 2015

### Vers une stagnation du volume de touristes de la Nouvelle-Angleterre

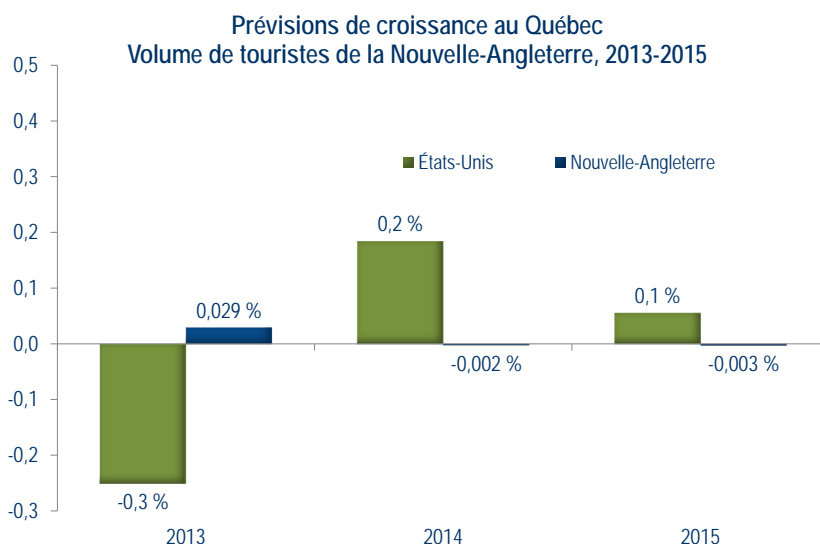
L'évolution du nombre de touristes au Québec provenant de la Nouvelle-Angleterre plafonnerait :

- hormis 2013, la croissance future au Québec du nombre de touristes de la Nouvelle-Angleterre serait nulle;

- une hausse ténue serait attendue pour l'ensemble du marché américain.



Source : Direction générale du développement de l'industrie touristique, Tourisme Québec.

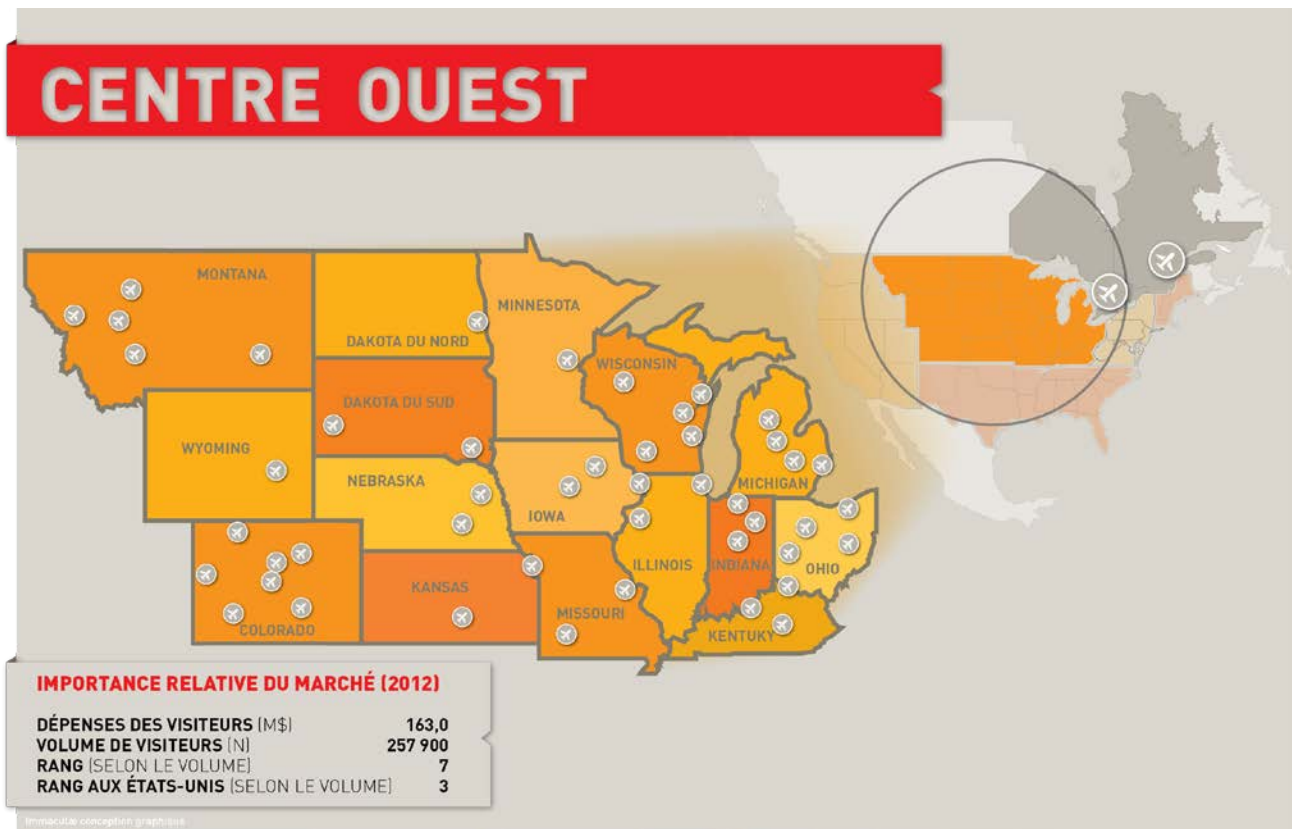


Source : Direction générale du développement de l'industrie touristique, Tourisme Québec.

<sup>1</sup> Dans le cas de la Nouvelle-Angleterre, il s'agit du Vermont (42 % des visiteurs de la région au Québec). Pour l'Atlantique Centre, il s'agit de l'État de New York (56 % des visiteurs).

# SYNTHÈSE DES ZONES DE DÉMARCHAGE AMÉRICAINES

## LE CENTRE OUEST : SI SEULEMENT L'ÉCONOMIE REDÉMARRAIT...



### Le Centre Ouest, un territoire vaste **Une réalité géographique unique**

Le Centre Ouest des États-Unis compte 16 États dont plusieurs partagent une frontière avec le Canada :

- la pointe Nord-Ouest du Montana est limitrophe de la Colombie-Britannique;
- le Michigan et dans une certaine mesure l'Ohio sont de proches voisins de l'Ontario.

En 2012, l'Ohio et l'Illinois comptaient pour 43 % de tous les visiteurs de la région qui sont venus au Québec.

# SYNTHÈSE DES ZONES DE DÉMARCHAGE AMÉRICAINES

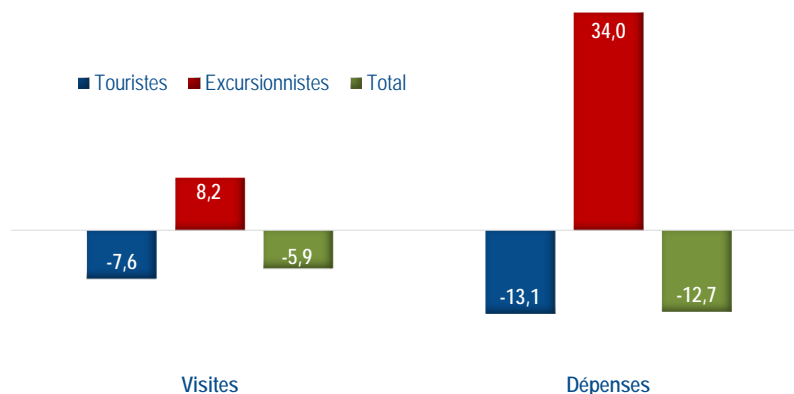
## Évolution récente

### Un recul marqué des touristes qui plombe les dépenses

En 2012, les pertes encaissées par le Québec sur le marché du Centre Ouest sont les plus lourdes :

- le nombre de touristes chute de près de 20 000 (- 7,6 %);
- leurs dépenses reculent de plus de 13 %, ce qui représente un manque à gagner de près de 25 M\$ pour l'industrie touristique québécoise.

Évolution du nombre de visiteurs et de leurs dépenses au Québec, selon le type de visiteur  
Centre Ouest des États-Unis, 2011-2012 (en pourcentage)



Source : Statistique Canada.

### Des chocs qui viennent d'un peu partout De la récession au *Right to work* !

Autrefois prospère, le *Midwest* américain a encaissé la récession plus durement qu'ailleurs au pays. Des États plus au Nord, dont l'économie reposait sur le secteur manufacturier, ont subi des pertes d'emplois marquées.

En outre, cette région a vu une partie de ses entreprises manufacturières déménager vers les États plus au Sud, là où le *Right to work* leur permettait d'avoir accès à une main-d'œuvre à meilleur marché.

Ces deux phénomènes ont eu pour effet de faire reculer le niveau de vie des habitants de la zone, en plus de ralentir le rythme de récupération de la dernière récession.

Métropoles du Centre Ouest	Population	Niveau de vie <sup>1</sup>	Récupération de la dernière récession <sup>2</sup>
	En M	En \$	Rang
Louisville	1,3	39 861	20
Columbus	1,8	44 299	24
Denver	2,6	54 064	30
Kansas City	2,0	46 797	38
Cincinnati	2,1	41 231	41
Minneapolis	3,3	54 349	44
St-Louis	2,8	40 041	48
Indianapolis	1,8	50 566	49
Milwaukee	1,6	49 078	52
Cleveland	2,1	43 990	71
Chicago	9,5	49 621	77
Detroit	4,3	39 576	95

1. Mesuré par le PIB par habitant.

2. Selon une étude du Brookings Institute.

Sources : Census Bureau, Bureau of Economic Analysis et Brookings Institution.

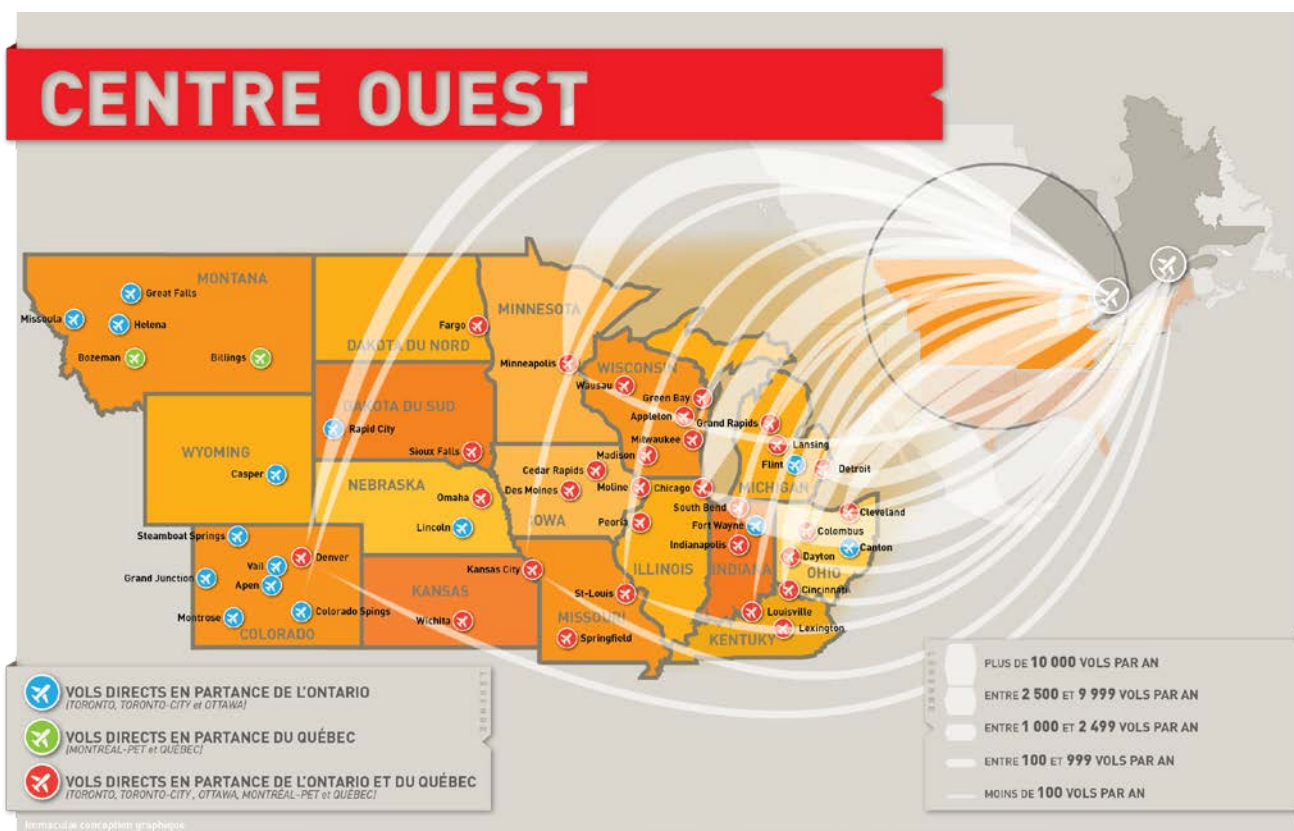
# SYNTHÈSE DES ZONES DE DÉMARCHAGE AMÉRICAINES

## Accessibilité aérienne

### Une desserte qui s'arrête à mi-chemin

L'analyse des liaisons aériennes existantes entre le Québec et le Centre Ouest, comparativement à celles qui relient l'Ontario avec cette même zone, fait ressortir des constats sans équivoque :

- le nombre de vols est généralement moins élevé pour les mêmes aéroports;
- les destinations dites « exclusives » sont légion avec l'Ontario. À l'inverse, celles avec le Québec se font rares;
- la partie ouest de la zone et le Québec ne sont tout simplement pas reliés;
- le Québec est surtout relié aux grandes villes.



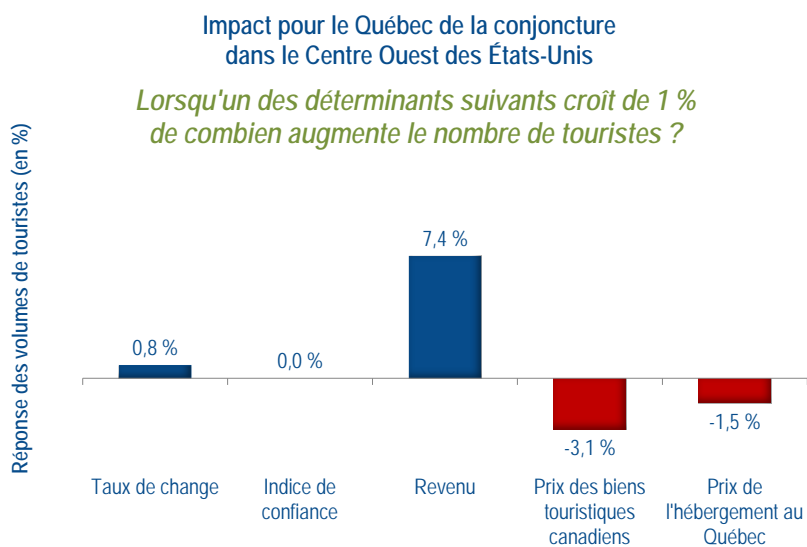
# SYNTHÈSE DES ZONES DE DÉMARCHAGE AMÉRICAINES

Des facteurs pour expliquer leur venue ou non  
**Ultimement, les revenus sont déterminants**

*Afin de suivre le comportement des touristes, il est possible d'analyser l'évolution de différents facteurs économiques et de regarder quel impact cela aura sur la performance des marchés touristiques. On dresse ainsi un portrait des déterminants de la demande touristique.*

L'analyse de la demande des Américains du *Midwest* indique que c'est l'évolution du revenu qui a la plus grande influence quant à la décision ou non de venir visiter le Québec.

L'évolution du taux de change a également un impact, quoique plus ténu. Néanmoins, le Québec et le reste du pays se retrouvent dans un contexte où le billet vert (*greenback*) s'est apprécié, notamment face au Huard :



Source : Direction générale du développement de l'industrie touristique, Tourisme Québec.

- il n'est donc pas déraisonnable de croire que davantage d'Américains du Centre Ouest pourraient venir au nord de la frontière pour leurs vacances, idéalement au Québec.

Perspectives d'ici 2015

**Toutes choses étant égales, il ne faut pas s'attendre à une forte contribution du Centre Ouest d'ici à 2015**

L'analyse des déterminants de la demande venant du Centre Ouest et sa mise en perspective avec les prévisions économiques des prochaines années ne permettent pas de croire à un relèvement de la performance de ce marché au Québec.

- Les revenus ne sont pas appelés à croître de façon marquée dans cette partie des États-Unis qui a eu son lot de pertes d'emplois et dont plusieurs métropoles n'ont pas encore effacé toutes les traces de la dernière récession.

Il restera à voir si le maintien d'un dollar relativement bas par rapport à sa contrepartie américaine pourra sauver la mise.

# SYNTHÈSE DES ZONES DE DÉMARCHAGE AMÉRICAINES

## LE SUD DES ÉTATS-UNIS, UNE FORCE TRANQUILLE

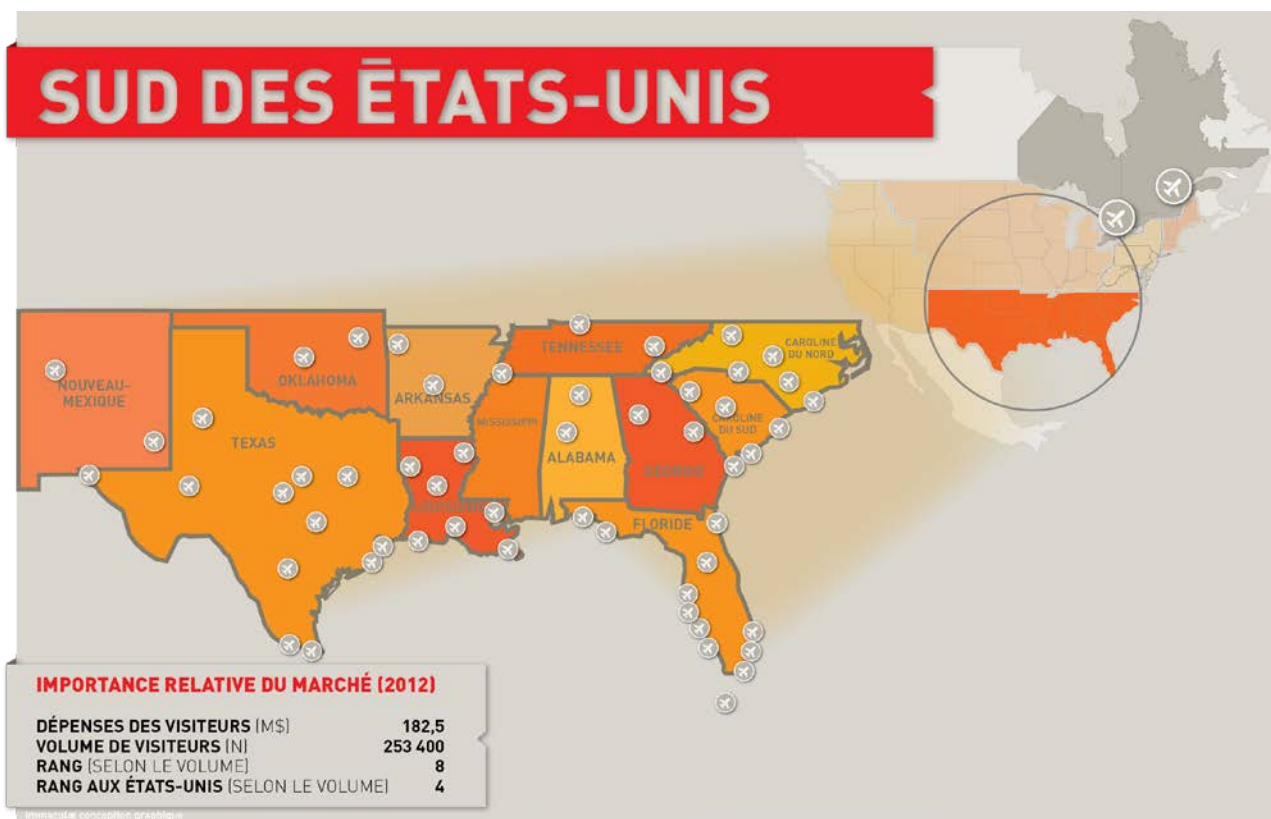
Le Sud des États-Unis

**Un vaste territoire, un immense bassin de visiteurs potentiels, mais...**

Le Sud des États-Unis est une zone en deux temps.

D'un côté, le Sud présente l'économie et la population les plus imposantes des cinq régions américaines. Toutefois, la richesse par habitant y est la plus faible.

- Seuls les États de la Louisiane et du Texas ont un PIB par habitant plus élevé que la moyenne.



# SYNTHÈSE DES ZONES DE DÉMARCHAGE AMÉRICAINES

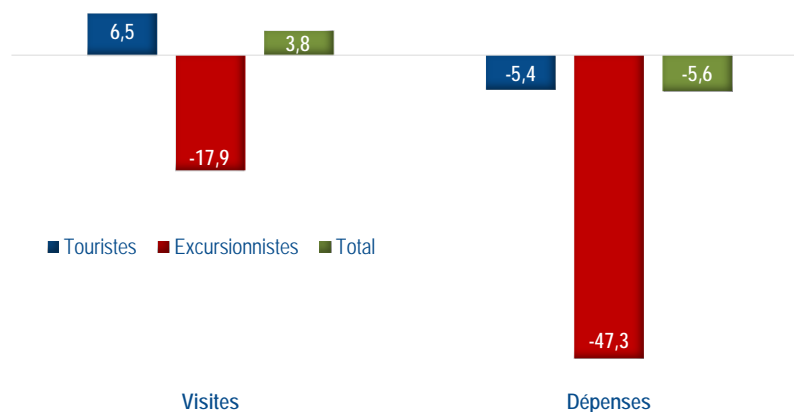
## Évolution récente

### Davantage de touristes en 2012, mais des séjours écourtés

En 2012, la performance du marché du sud des États-Unis offre un portrait mi-figue, mi-raisin au Québec :

- le nombre de visiteurs (+ 3,8 %) augmente en raison du nombre accru de touristes (+ 6,5 %);
- toutefois, cette poussée est accompagnée d'un nombre de nuitées en forte baisse emportant les dépenses dans son sillon (- 5,6 % au total).

Évolution du nombre de visiteurs et de leurs dépenses au Québec, selon le type de visiteur  
Sud des États-Unis, 2011-2012 (en pourcentage)



Source : Statistique Canada.

En 2012, la durée moyenne des séjours a fondu par rapport à 2011 soit d'un jour complet à 4,6 jours. Ce faisant, celle-ci retrouve le niveau moyen affiché de 2007 à 2010.

## Des métropoles résilientes

### Un portrait différent d'ouest en est

Plusieurs métropoles du Sud des États-Unis se sont relevées rapidement de la récession :

- sur les six métropoles américaines les plus résilientes, cinq provenaient des États du Sud;
- hormis Nashville, plus au Nord, ces métropoles étaient situées davantage dans la partie ouest de la zone, là où le niveau de vie apparaît plus élevé.

Cela contraste avec les difficultés vécues en Floride, où se situent les métropoles de la zone qui peinent le plus à se relever de la récession. Par surcroît, ces métropoles sont également parmi les plus pauvres du sud des États-Unis.

Métropoles du Sud	Population	Niveau de vie <sup>1</sup>	Récupération de la dernière récession <sup>2</sup>
	En M	En \$	Rang
Austin	1,7	47 000	1
Houston	6,0	59 000	2
Oklahoma City	1,3	41 717	4
Dallas	6,4	53 180	5
San Antonio	2,2	33 924	6
Nashville	1,6	46 562	12
Raleigh	1,1	44 343	17
Charlotte	1,8	57 378	45
Memphis	1,3	42 333	63
Atlanta	5,3	46 159	70
Birmingham	1,1	41 073	73
Nouvelle-Orléans	1,2	57 343	84
Orlando	2,1	41 760	86
Jacksonville	1,3	39 016	87
Tampa	2,8	36 165	88
Miami	5,6	41 179	89

1. Mesuré par le PIB par habitant.

2. Selon une étude du Brookings Institute.

Sources : Census Bureau, Bureau of Economic Analysis et Brookings Institute.



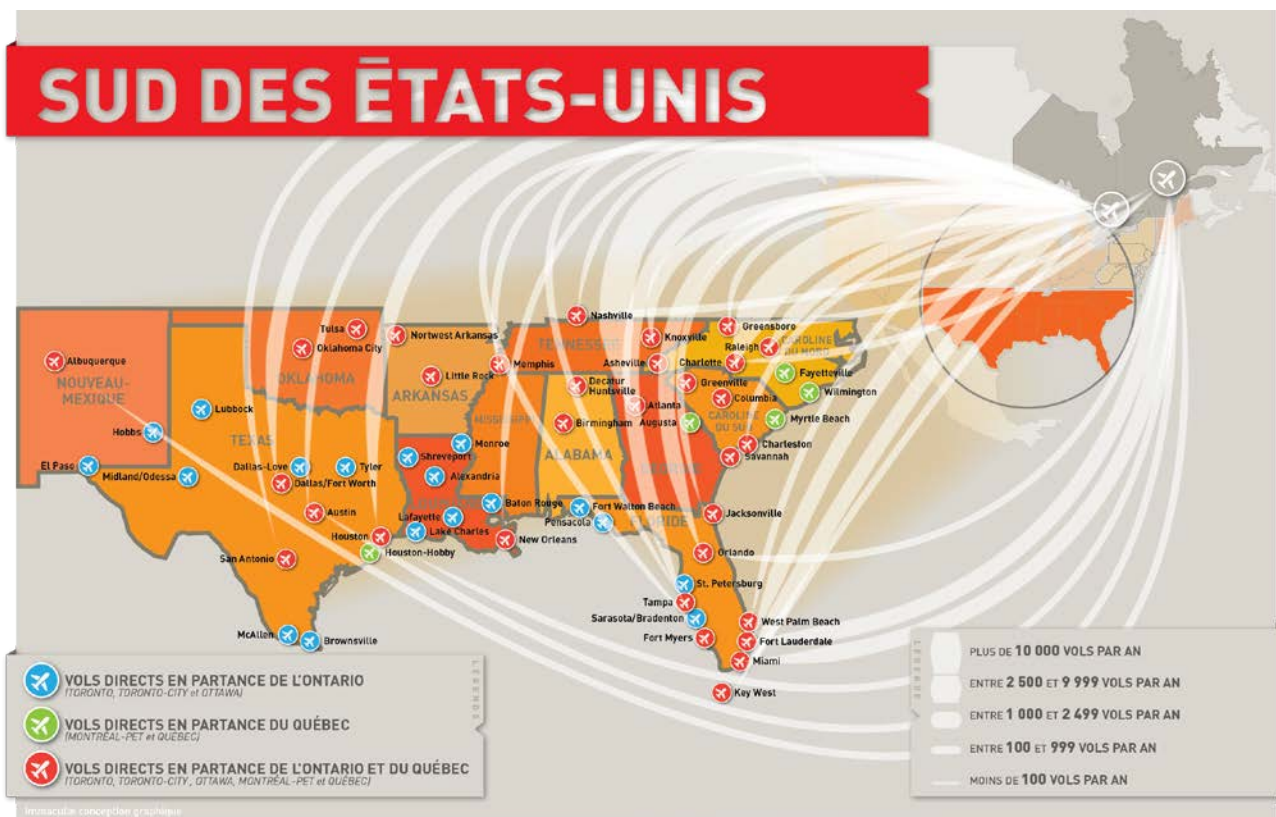
# SYNTHÈSE DES ZONES DE DÉMARCHAGE AMÉRICAINES

Une accessibilité aérienne incomplète

## Des ponts aériens à bâtir entre le Québec et le Sud des États-Unis

L'accessibilité aérienne du Québec avec le Sud des États-Unis apparaît bien incomplète lorsqu'on la compare à celle qui l'unit à l'Ontario :

- le nombre de vols est moins élevé pour les mêmes aéroports;
- les destinations dites « exclusives » sont 4 fois plus nombreuses avec l'Ontario;
- le territoire est moins bien desservi, les destinations étant surtout situées dans le nord et l'est de la zone.



# SYNTHÈSE DES ZONES DE DÉMARCHAGE AMÉRICAINES

Voyager sur de longues distances, c'est d'abord une question d'argent...  
**... pas évident si la richesse n'est pas au rendez-vous**

*Afin de suivre le comportement des touristes, il est possible d'analyser l'évolution de différents facteurs économiques et de regarder quel impact cela aura sur la performance des marchés touristiques. On dresse ainsi un portrait des déterminants de la demande touristique.*

Dû notamment à la distance qui les sépare, les relations touristiques entre le Québec et le Sud des États-Unis sont littéralement dictées par des impératifs financiers :

- l'évolution de leurs revenus pèse beaucoup plus lourd dans la balance qu'un taux de change déjà influent.

**Or, la zone est la moins fortunée des États-Unis.**

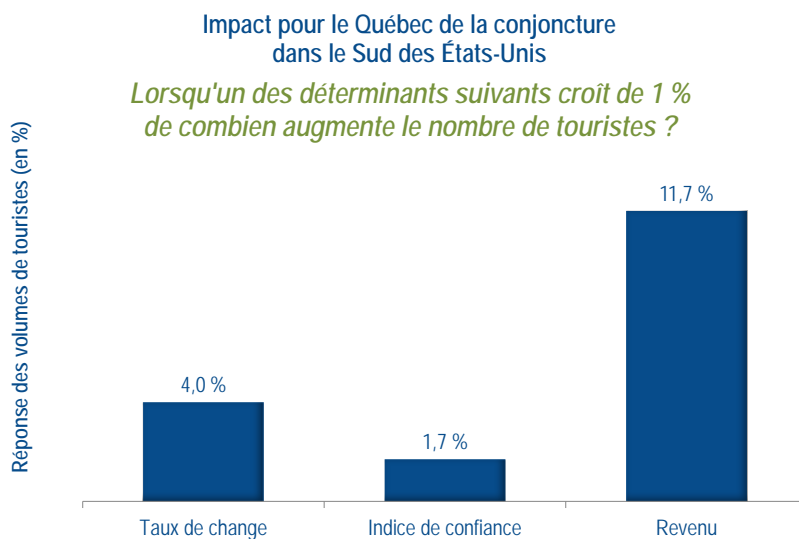
Il faut ajouter à cela le fait que nos liens aériens sont moins forts, voire presque inexistants, avec les États qui abritent les Américains les mieux nantis de la région. Par conséquent, la conjonction de tous ces facteurs pourrait miner nos chances de faire des gains sur ce marché.

Perspectives d'ici 2015

**À l'image de ce qui est attendu ailleurs aux États-Unis, les prévisions pointent vers une stagnation du volume de touristes**

Après avoir mis fin à une longue descente, amorcée en synchronisme avec la dégringolade du *greenback*, l'évolution du nombre de touristes au Québec provenant du sud des États-Unis a repris de la vigueur suite à la récession.

- Toutefois, selon le ministère du Tourisme, les perspectives de croissance d'ici 2015 seraient pratiquement nulles. Il ne faut donc pas s'attendre à ce que cette zone vienne grossir les rangs sans un effort supplémentaire sur le plan de la promotion et du marketing.



Source : Direction générale du développement de l'industrie touristique, Tourisme Québec.

# SYNTHÈSE DES ZONES DE DÉMARCHAGE AMÉRICAINES

## LA CÔTE OUEST, UN MARCHÉ QUI MÉRITE QU'ON S'Y ATTARDE

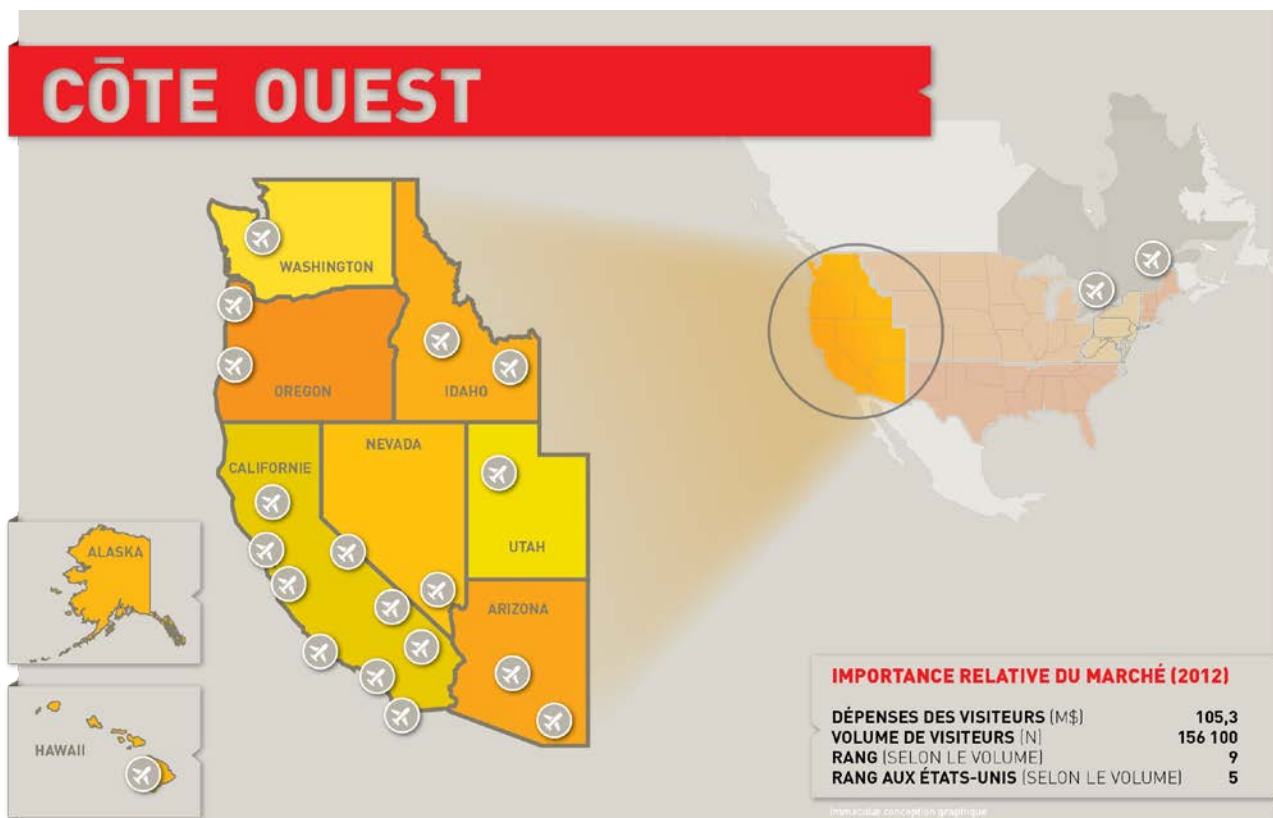
La côte Ouest

### Le plus éloigné de nos marchés américains

La côte Ouest compte 7 États, auxquels s'ajoutent l'Alaska et Hawaï.

Par rapport aux autres marchés américains, la côte Ouest se situe en milieu de peloton, autant pour sa taille que sa richesse. La Californie y est un poids lourd pour le Québec :

- celle-ci compte pour environ 70 % de nos visiteurs de la côte Ouest ainsi que de leurs dépenses.



# SYNTHÈSE DES ZONES DE DÉMARCHAGE AMÉRICAINES

Bilan 2012

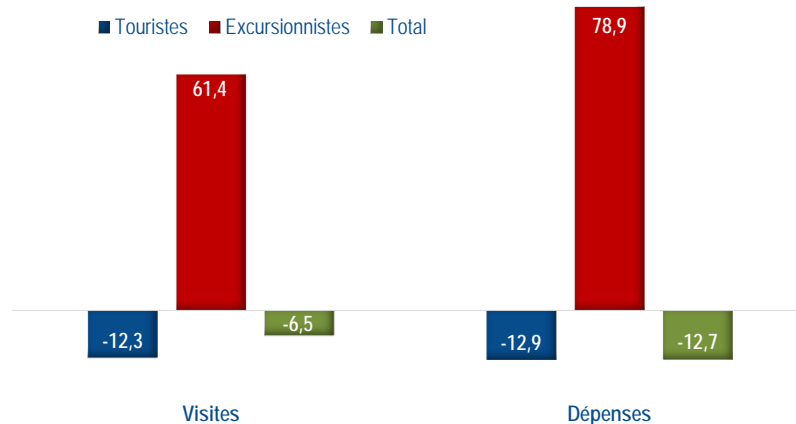
## Une performance minée par l'évolution du nombre de touristes

En 2012, le nombre de touristes de la côte Ouest qui visitent le Québec subit un recul marqué et entraîne avec lui le nombre de visiteurs<sup>2</sup> à (- 6,5 %).

- La remontée amorcée au sortir de la récession marque ainsi une pause;

- Néanmoins, le nombre de nuitées grimpe (+12,3 %) pour une troisième année de suite, ce qui rallonge la durée de séjour au Québec des Américains de la Côte Ouest (+1,3 jour à 5,6 jours).

Évolution du nombre de visiteurs et de leurs dépenses au Québec, selon le type de visiteur  
Côte Ouest des États-Unis, 2011-2012 (en pourcentage)



Source : Statistique Canada.

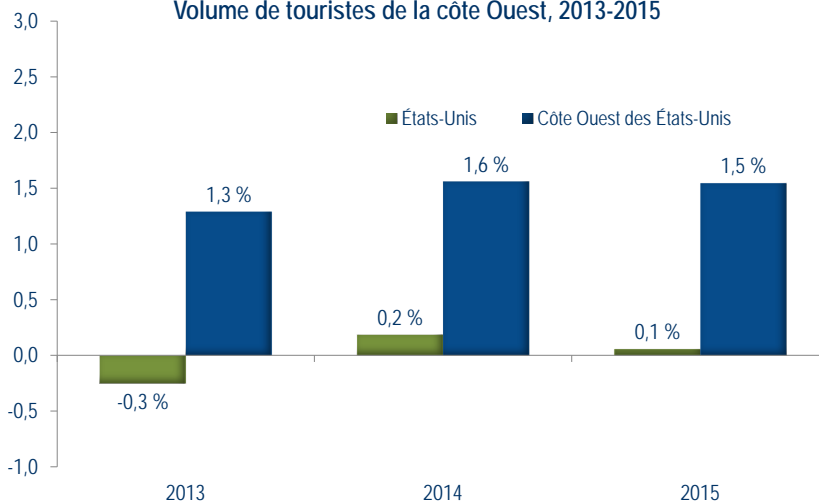
Perspectives d'ici 2015

## La côte Ouest ferait sa part

Au cours des prochaines années, l'évolution du nombre de touristes au Québec provenant de la côte Ouest bénéficierait, entre autres, de l'appréciation affichée par le dollar américain par rapport à la devise canadienne. De façon générale :

- les perspectives pour la côte Ouest dépasseraient celles pour les États-Unis;
- avec l'Atlantique Centre, la côte Ouest serait ainsi la seule autre région à tirer la performance du marché américain au Québec vers le haut;
- de plus, la croissance pourrait s'accélérer dès 2014.

Prévisions de croissance au Québec  
Volume de touristes de la côte Ouest, 2013-2015



Source : Direction générale du développement de l'industrie touristique, Tourisme Québec.

<sup>2</sup> En raison de la volatilité des données, les données sur les excursionnistes sont à utiliser avec précaution.

# SYNTHÈSE DES ZONES DE DÉMARCHAGE AMÉRICAINES

Et si elle était accessible...

... la côte Ouest obtiendrait-elle une meilleure position?

En ce qui a trait à l'accessibilité aérienne, comparativement à ce qui est à la portée de l'Ontario, le Québec fait figure de négligé :

- le nombre de vols et de destinations est plus faible;
- la zone est tout simplement mal desservie.

Malgré cela, la côte Ouest regroupe environ 10 % des dépenses des États-Unis. Il serait intéressant de voir ce qu'elle représenterait si l'offre de vols était augmentée.

