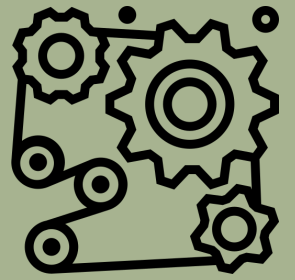
Sommaire exécutif

Rapport de la troisième vague de l'enquête sur les impacts de la COVID-19 sur l'industrie touristique au Québec

Bilan estival
ENQUÊTE
MESURE DES IMPACTS DE LA COVID-19 SUR LE TOURISME AU QUÉBEC

CHAIRE de tourisme Transat
ESG UQÀM



Méthodologie

Méthodologie

Objectifs		• Fournir des données primaires aux instances gouvernementales à propos des impacts de la COVID-19 sur les organisations touristiques; • Alimenter les réflexions entourant le soutien et la planification de la relance de l'industrie.
Mode de collecte		• Sondage Web programmé par l'équipe de la Chaire de tourisme Transat et hébergé sur la plateforme *Lime Survey*; • La période de collecte s'est échelonnée du 14 au 24 août 2020.
Population à l'étude		• Entreprises, organisations et commerces touristiques québécois recevant ou accueillant des touristes; • S'exprimant en français ou en anglais.
Questionnaire		• Le questionnaire a été réalisé conjointement par l'équipe de la Chaire, du ministère du Tourisme du Québec (MTO) et de l'Alliance de l'industrie touristique du Québec (AITQ).

Échantillonnage

- Cette étude utilise un **échantillonnage non probabiliste de convenance** obtenu grâce à deux sources de répondants.
- Seules les réponses des participants ayant rempli au moins 90 % du questionnaire ont été conservées. L'échantillon final obtenu est de 1 210 répondants.

Sources de répondants

1 - Base de donnée interne

- Les 2 300 répondants de **la première vague de l'enquête** qui ont accepté d'être recontactés.
- Suite à l'envoi d'une invitation personnalisée, 519 répondants ont rempli le sondage. Le taux de réponse obtenu est de 23 %, excluant les adresses non valides.

2 – Réseaux des partenaires de l'enquête

- L'enquête a été diffusée auprès de la communauté touristique grâce aux divers canaux de communication des partenaires du projet, notamment :
  - L'envoi d'un mémo personnalisé par les associations touristiques régionales (ATR) et sectorielles (ATS) à leurs membres;
  - Les réseaux sociaux de l'AITQ et de la Chaire de tourisme Transat;
  - Le bulletin de TourismExpress.
- Au total, 691 répondants ont rempli le sondage.

Contrôle de la base de données

- Les doublons ont été identifiés par le nom de l'organisation (seule une ressource de la Chaire avait accès à la base nominative). La base de données et les résultats diffusés demeurent strictement confidentiels.
- Des tests statistiques ont été menés sur les résultats des deux sous-groupes de répondants afin d'évaluer si l'appartenance à l'un des groupes avait pu influencer les réponses. Les résultats obtenus ne permettent pas de rejeter l'hypothèse nulle pour la plupart des variables, et on peut donc affirmer qu'il n'y a pas de différence entre les résultats des deux sous-groupes. Les deux bases ont donc été combinées.

Pondération

- Les caractéristiques exactes de la population étudiée (l'ensemble des organisations québécoises recevant ou accueillant des touristes) sont inconnues. Il n'est donc pas approprié d'appliquer une pondération.

Analyse des résultats

- Les analyses statistiques ont été effectuées grâce au logiciel SPSS. En plus de l'analyse descriptive des résultats, divers sous-groupes ont été étudiés au moyen de croisements par des variables explicatives (ex. : secteur d'activité, région, chiffre d'affaires, lieu principal d'activité, perception de la saison estivale, etc.).
- Les principale différences significatives sont précisées dans ce rapport, lorsque jugé pertinent.

Faits saillants

Les objectifs de l'étude

- L'enquête en ligne menée du 14 août au 24 août 2020 auprès de **1 210 organisations québécoises** recevant ou accueillant des touristes a permis de répondre aux **6 questions suivantes** :

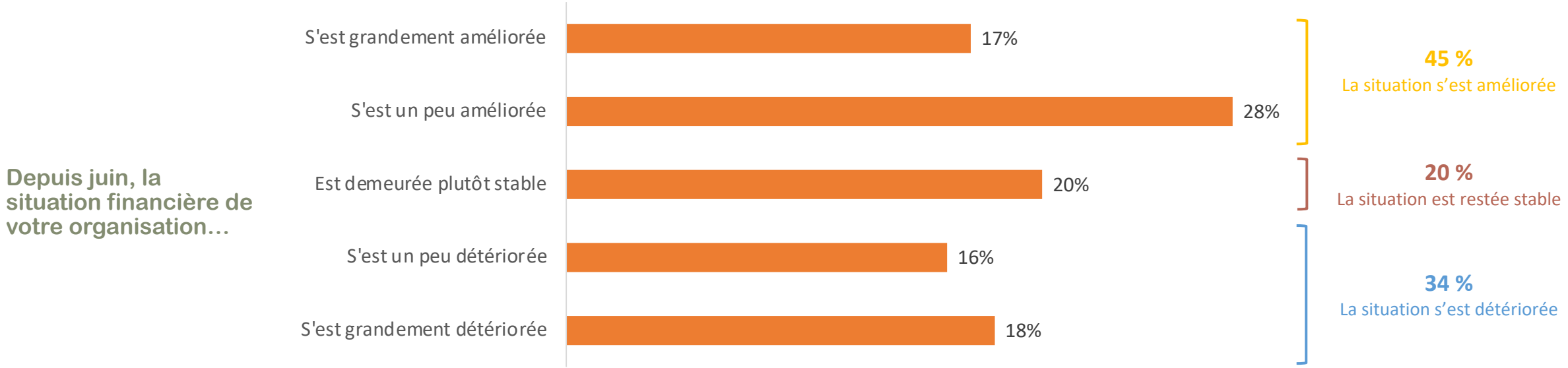
1.	Dans quelle situation les organisations se trouvent-elles?
2.	Comment les organisations touristiques ont-elles performé durant la saison estivale?
3.	Quelles sont les préoccupations liées aux ressources humaines?
4.	Comment les organisations touristiques entrevoient-elles les prochains mois?
5.	Quel est le profil des organisations les plus fragiles?
6.	Quel est le portrait global des organisations sondées?

Dans quelle situation les organisations se trouvent-elles?

Évolution de la situation financière depuis juin

Près de la moitié des organisations sondées ont vu leur situation financière s'améliorer au fil de l'été.

- À l'aube de la fin de la saison estivale, les organisations dévoilent un bilan financier plus positif que celui des mois précédents. Ainsi, **45 % des organisations jugent que leur santé financière s'est améliorée**, parmi lesquelles 17 % affirment même qu'elle s'est grandement améliorée. Au contraire, lors de la vague 2 en juin, 47 % des organisations avait vu leur situation se détériorer davantage depuis avril.
  - Les organisations qui semblent en meilleure posture opèrent plus fréquemment en **milieu rural** (51 % se disent en meilleure santé depuis juin), ou en **milieu urbain situé en région** (47 %). Elles sont surreprésentées dans les secteurs de l'**hébergement** (56 %), de l'**agrotourisme** (55 %), de la **restauration** et de la **nature et du plein air** (50 %).
  - La crise paraît affecter plus durement les organisations situées en **grand centre urbain**. Plus de la moitié de l'échantillon (57 %) confie que malgré l'été, leurs finances se sont détériorées davantage. Le tiers (33 %) affirme même qu'elles se sont **grandement** détériorées, parmi lesquelles une plus forte proportion se situe à **Montréal** (40 % des organisations montréalaises).



Base : ensemble des répondants, excluant les « Ne sait pas » (n = 1 186).

Enjeux financiers des organisations

Les pertes financières accumulées au cours des derniers mois demeurent l'enjeu principal des organisations sondées.

- 6 répondants sur 10 (61 %) jugent être **préoccupés par les pertes financières de leur organisation**. 39 % de l'échantillon le jugent même comme étant un **enjeu extrêmement préoccupant**.
  - À cet égard, les **réceptifs et voyagistes**, les **lieux de congrès et réunion** et le secteur des **transports** semblent plus préoccupés que les autres secteurs. Il s'agit d'une tendance qui ne peut toutefois être défendue par des différences significatives, faute de taille d'échantillon trop réduite (n < 30).
- La **course aux liquidités** inquiète près de la moitié des répondants (48 %).
- L'accès au financement et le niveau d'endettement s'affichent, pour le moment, comme des préoccupations un peu plus secondaires : 4 répondants sur 10 (41 %) se disent préoccupés à cet égard.
  - Le niveau de préoccupation varie selon le secteur. Ainsi, le secteur **culturel** est plus inquiet de **l'accès au financement**, tandis que celui de la **restauration** se soucie davantage du **niveau d'endettement**.
- Les organisations opérant en **milieux urbains,** surtout celles situées à **Montréal**, sont significativement plus préoccupées à tous les niveaux que celles œuvrant principalement en milieu rural.

Indicateurs sondés	Niveau de préoccupation actuel*		
	n =	% 4-5 (/5)	MOYENNE (/5)
1 Les pertes financières	1 186	61 %	3,7
Les liquidités disponibles	1 175	48 %	3,3
L'endettement de l'organisation	1 161	41 %	3,0
L'accès au financement	1 146	41 %	3,1
Les défis d'approvisionnement	1 127	20 %	2,4

Base : variable. Ensemble des répondants, excluant les « Ne sait pas ».

** Note : le niveau de préoccupation est mesuré à l'aide d'une échelle à 5 points, où 1 signifie « Pas du tout préoccupant » et 5, « Extrêmement préoccupant ».*

Opérer en temps de crise

La vaste majorité des sondés ont été en activité cet été, malgré une certaine réduction des opérations habituelles.

- Bien que le confinement ait été levé en début d'été, le tiers de l'échantillon (36 %) a pu **exploiter comme à l'habitude son entreprise**.
  - Ces dernières sont majoritairement situées en **milieu rural**, et dans les régions touristiques de Charlevoix, des Cantons-de-l'Est, de la Mauricie, du Bas-Saint-Laurent, de la Gaspésie et de la Côte-Nord.
- La moitié des organisations (48 %) ont pour leur part **opéré partiellement cet été**, en réduisant leurs heures d'ouverture ou les services offerts.
- 16 % des organisations sondées étaient pour leur part fermées, parmi lesquelles les trois quarts se disent habituellement en activité à l'été.

35 %
Activités habituelles

48 %
Activités partielles

16 %
Fermeture

1 %
Fermeture définitive

CHAIRE de tourisme Transat ESG UQÀM

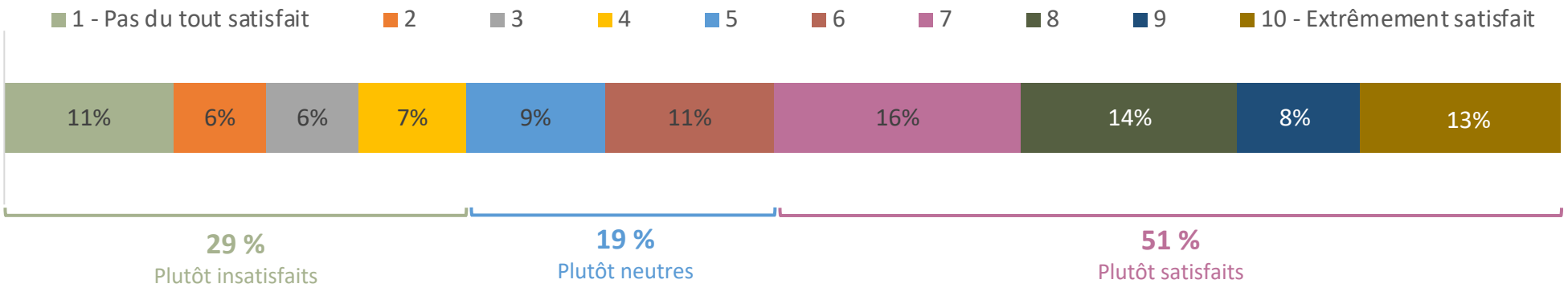
Base : ensemble des répondants, excluant les « Ne sait pas » (n = 1 199).

Comment les organisations touristiques ont-elles performé durant la saison estivale?

Satisfaction générale quant à la saison estivale

Une saison estivale dont la satisfaction divise l'échantillon.

- La moitié des organisations (51 %) se déclarent **satisfaites** de la saison estivale vécue, pour une satisfaction moyenne de 6,0 / 10.
  - Les **campings et prêt-à-camper**, les **résidences de tourisme** et les **centres de vacances et de villégiature** se déclarent parmi les plus satisfaits, avec une satisfaction moyenne respective de 7,5 / 10, 7,5 / 10 et 7,3 / 10. Les secteurs de la **nature et du plein air et de l'agrotourisme** ont pu eux-aussi tirer leur épingle du jeu. En moyenne, les organisations déclarent un niveau de satisfaction de 7,1 / 10.
  - Côté localisation, ce sont les **régions rurales** qui s'affichent comme les **plus satisfaites** (6,9 / 10), avec une **satisfaction moyenne deux fois plus élevée** que celle des grands centres urbains (3,4 / 10). Les organisations du Bas-Saint-Laurent, des Cantons-de-l'Est, de Chaudière-Appalaches, de Charlevoix, de la Gaspésie, des Laurentides ou encore de la Côte-Nord obtiennent les scores moyens les plus élevés, variant de 6,5 à 7,6 / 10.
- 29% des organisations se déclarent **plutôt insatisfaits** de la tournure de l'été.
  - La culture et patrimoine (5,0 / 10), les festivals et évènements (4,0 / 10) et les hôtels de 100 chambres et plus (4,0 / 10) regroupent le plus d'organisations insatisfaites. Montréal ne déclare par ailleurs qu'un faible score de 2,8 / 10, une tendance similaire à Laval, malgré l'échantillon réduit.



Moyenne

6,0 / 10

CHAIRE de tourisme Transat ESG UQÀM

Base : ensemble des répondants ayant opéré cet été, excluant les « Ne sait pas » (n = 997).
** Note : le niveau de satisfaction a été mesuré à l'aide d'une échelle à 10 points où 1 signifie « Pas du tout satisfait » et 10, « Extrêmement satisfait ».*

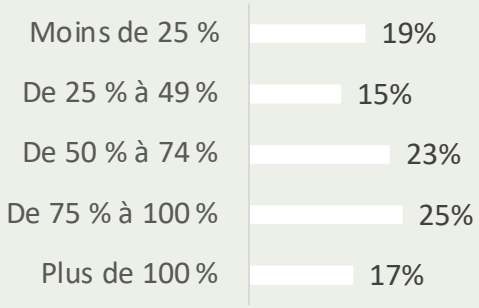
Performance des organisations

Des visiteurs plus nombreux qu'attendus, mais des revenus moins élevés qu'espérés.

- En moyenne, les organisations touristiques sondées affirment **avoir accueilli cet été environ 70 % de l'achalandage reçu l'été passé**. Près de la moitié des organisations (47 %) reconnaissent qu'il est même **plus élevé que leurs attentes**.
  - Pour leur part, 17 % des organisations sondées ont même affirmé avoir reçu plus de visiteurs cet été qu'en 2019. Elles opèrent majoritairement en région (surtout en milieu rural) et sont issues des secteurs de prédilection déjà soulignés par cette enquête, soit la **nature et le plein air**, **l'agrotourisme**, les **résidences de tourismes** et le **camping et prêt-à-camper**.
- 43 % des organisations déclarent les revenus générés cet été ceux-ci en deçà de leurs attentes. C'est en moyenne **63 % du chiffre d'affaires de 2019** que les entreprises ont été en mesure de retirer cet été.
  - Près du quart de l'échantillon (22 %) a généré moins de 25 % de son chiffre d'affaires de l'année dernière, ces dernières opérant surtout dans les secteurs des **arts et spectacles** (incluant culture, patrimoine, festivals et évènements) et les **hôtels de 100 chambres et plus**.

Proportion moyenne de l'achalandage reçu de 2019
(n = 998)

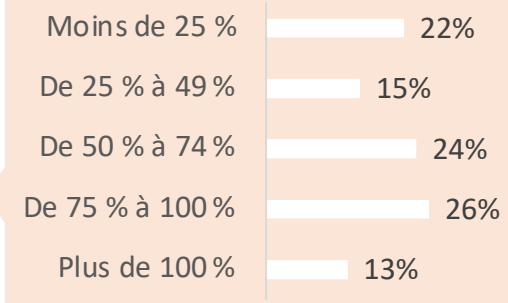
70 %



Indicateurs sondés	n =	Moins élevé que les attentes % 1-2 (/5)	Égal aux attentes % 3 (/5)	Plus élevé que les attentes % 4-5 (/5)
L'achalandage de l'organisation	995	37 %	16 %	47 %
Les revenus générés	976	43 %	19 %	38 %
La facilité à opérer en appliquant les mesures de distanciation	988	29 %	49 %	22 %

Proportion moyenne obtenue du chiffre d'affaires de 2019
(n = 998)

63 %

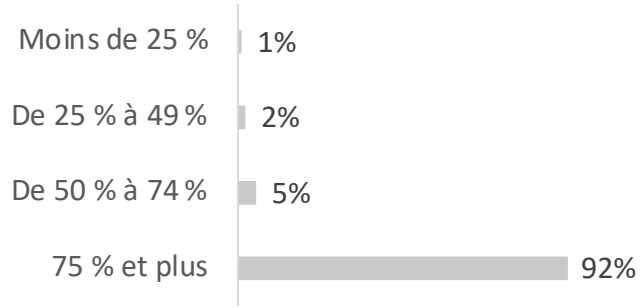


Base : variable. Ensemble des répondants ayant opéré cet été, excluant les « Ne sait pas ».

Provenance de la clientèle

Un été 2020 peu surprenant, avec un tourisme quasiment 100 % interne.

- Les organisations touristiques ont accueilli **quasiment uniquement des visiteurs québécois**. Selon les organisations sondées, le tourisme interne représente en moyenne 92 % de l'achalandage estival.
  - En comparaison, la proportion moyenne habituelle de visiteurs québécois déclarée par ces mêmes organisations est de **71 %**, soit 22 points de % de plus qu'à l'été 2020*.

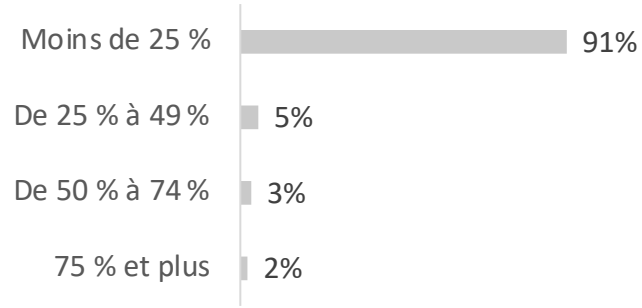


Proportion moyenne de clientèle provenant du Québec
(été 2020)

92 %

Proportion moyenne de clientèle hors Québec
(été 2020)

8 %



Proportion moyenne habituelle :

71 %

29 %

Base : ensemble des répondants ayant opéré cet été (n = 998)

Rentabilité estimée de la saison estivale

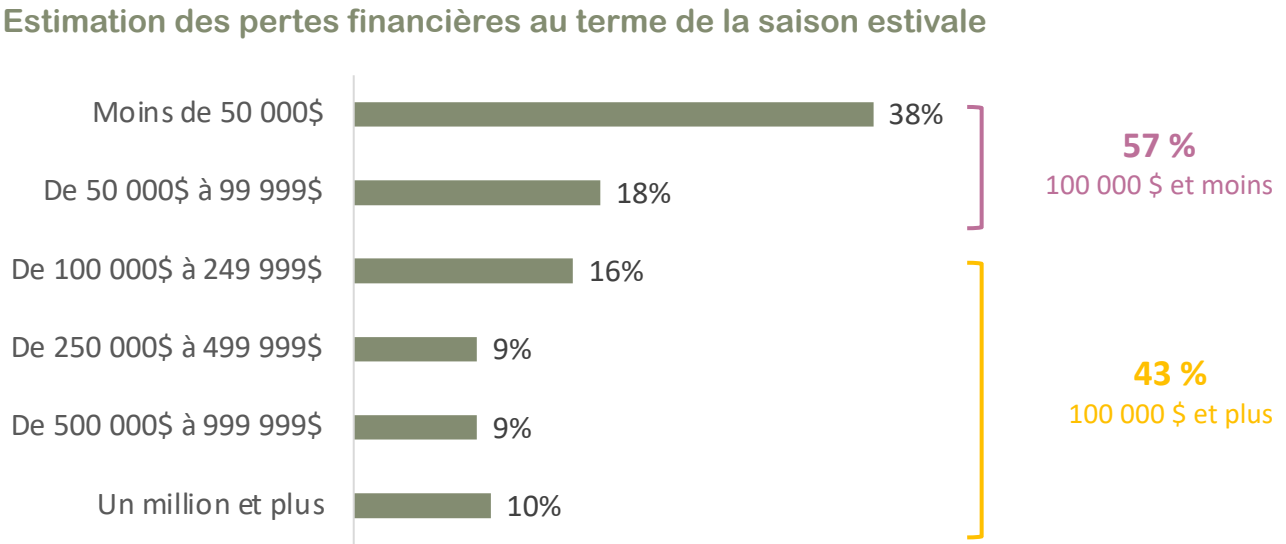
Des résultats financiers inégaux.

- La saison estivale n'a pas été rentable pour tous les répondants.
- Près de 4 répondants sur 10 (37 %) prévoient couvrir leur frais grâce à la saison estivale.
- Le quart de l'échantillon affirme être en mesure de générer des profits.
  - Les organisations qui se disent rentables cet été opèrent plus fréquemment que les autres dans les secteurs de la nature et du plein air, de l'agrotourisme et du camping et prêt-à-camper.
- Plus du tiers des répondants (37 %) prévoient opérer à perte. Les pertes financières varient selon la taille de l'entreprise. 43 % d'entre eux estiment avoir perdu 100 000 $ ou plus, 10 % estimant même avoir perdu plus d'un million de dollars.
  - Les secteurs plus durement touchés sont **les arts et spectacles**, les **hôtels de 100 chambres et plus** et les organisations opérant à **Montréal**.

26 %
Prévoient générer des profits

37 %
Prévoient couvrir ses frais

37 %
Prévoient opérer à perte



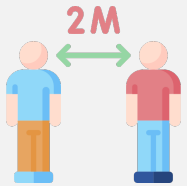
CHAIRE de tourisme Transat ESG UQÀM

Base 1 : répondants ayant opéré cet été, excluant les « Ne sait pas » (n = 941).
Base 2 : répondants ayant opéré à perte cet été, excluant les « Ne sait pas » (n = 338).

L’application des mesures sanitaires

Des mesures sanitaires aisément mises en place et respectées.

- La crise sanitaire a forcé les organisations touristiques à repenser leur façon d’offrir leurs services, et aux visiteurs, leur façon de les consommer. Selon les organisations sondées, **l’adaptation est plutôt partagée**.
- Ainsi, 43 % des répondants ont jugé **difficile** la mise en place des mesures sanitaires et de distanciation, et 39 % à les faire respecter par les visiteurs. À l’opposé, 40 % disent avoir eu peu ou pas de difficulté à les mettre en place, et 46 % à les faire respecter.
- Ces mesures ont nécessité des ajustements dans les organisations : la quasi-totalité de l’échantillon (97 %) a dû investir dans ce but. La teneur des investissements varie selon la nature des activités et la taille de l’entreprise. La **médiane** des dépenses s’élève à **2 000 $**, et la moyenne, à 10 662 $.



43 %

jugent difficile la mise en place des mesures sanitaires et de distanciation (n = 995)

39 %

jugent difficile de faire respecter ces mesures par les visiteurs (n = 982)

Ampleur des investissements réalisés pour accueillir des visiteurs

3 %
Pas d’ajustements

41 %
Investissements minimes

43 %
Investissements importants

12 %
Investissements très importants

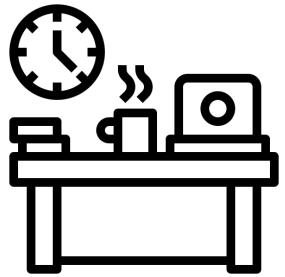
2 000 $
Montant médian investi

10 662 $
Montant moyen investi

Moins de 1 500$	37%
De 1 500$ à 4 999$	25%
De 5 000$ à 14 999$	23%
15 000$ et plus	15%

CHAIRE de tourisme Transat ESG UQÀM

Base 1 : variable. Ensemble des répondants ayant opéré cet été, excluant les « Ne sait pas ».
Base 2 : ensemble des répondants ayant opéré cet été, excluant les « Ne sait pas » (n = 984).
Base 3 : répondants ayant fait les investissements nécessaires, excluant les 0 et les valeurs extrêmes (n = 914).



Quelles sont les préoccupations liées aux ressources humaines?

Préoccupations liées aux ressources humaines

La prestation canadienne d'urgence (PCU) a compliqué le recrutement et la rétention de personnel à l'été 2020

- Les enjeux connus en temps normal par l'industrie touristique en matière de ressources humaines ont persisté, voire même empiré en temps de crise économique et sanitaire.
- Plus de la majorité des organisations détenant un bassin d'employés confient avoir été préoccupées par **le recrutement de leur main-d'œuvre**. La PCU, probablement jugée attractive par les travailleurs, semble avoir compliqué les opérations de nombreuses entreprises.
- 61 % d'entre elles disent avoir été préoccupées par le recrutement de personnel dans ce contexte, et 52 % par la rétention de la main-d'œuvre.
    - Les organisations **embauchant des travailleurs saisonniers** et celles opérant en **hébergement**, en **restauration** et dans diverses **attractions touristiques** se sont avérées les plus préoccupées à cet égard.

Indicateurs sondés		Niveau de préoccupation actuel*	
	n =	% 4-5 (/5)	MOYENNE (/5)
1 Le recrutement de personnel en parallèle de la PCU	645	61 %	3,5
La rétention de la main-d'œuvre dans le contexte actuel	654	52 %	3,3
Le recrutement de personnel pour une autre raison que la PCU	647	52 %	3,3
La qualification du personnel en lien aux nouveaux besoins liés à la COVID-19	619	23 %	2,5

Base : variable. Ensemble des répondants ayant des ressources humaines, excluant les « Ne sait pas ».
** Note : le niveau de préoccupation est mesuré à l'aide d'une échelle à 5 points, où 1 signifie « Pas du tout préoccupant » et 5, « Extrêmement préoccupant ».*

Mesures en ressources humaines

En moyenne, les organisations ont fonctionné à l'été 2020 avec 74 % de leur effectif actif habituel.

- 69 % des entreprises détenant un bassin d'employés ont fait des **mises à pied temporaires** lors du confinement, et 18 % en ont fait de façon **permanente**. 23 % des organisations ont **maintenu l'ensemble de leurs employés en place**.
- Depuis la reprise des activités, début juin, la moitié des entreprises (49 %) ont **réembauché une partie de l'effectif mis à pied**, et 43 % en ont réembauché la **totalité**. En moyenne, 70 % des employés mis à pieds ont retrouvé leur poste. Seules 9 % des organisations ont fait des mises à pieds supplémentaires.
- Les entreprises touristiques déclarent en moyenne que **74 % des employés actifs de 2019 ont été en emploi à l'été 2020**.

Pendant la phase de confinement*…

68 %
Fait des mises à pied temporaires

23 %
Maintenu l'ensemble du personnel en place

18 %
Fait des mises à pied permanentes

Depuis la reprise graduelle des activités*…

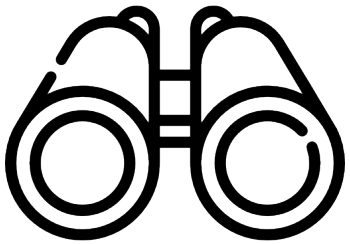
49 %
Réembauché une partie des mises à pied temporaires

43 %
Réembauché la totalité des mises à pied temporaires

34 %
Recruté du nouveau personnel en lien avec la COVID-19

9 %
Fait des mises à pied supplémentaires

Base 1 : Ensemble des répondants ayant des ressources humaines, excluant les « Ne sait pas » (n = 679).
Base 2 : variable. Ensemble des répondants ayant indiqué avoir pris la mesure sondée, excluant les « Ne sait pas » (n = de 459 à 623).
** Note : plusieurs réponses possibles. La somme peut excéder 100 %.*

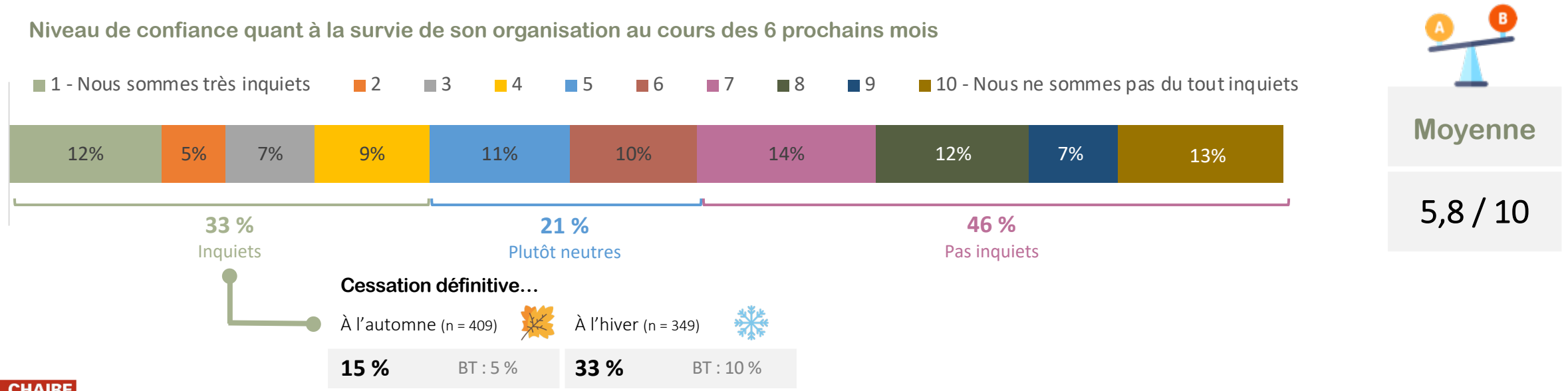


Comment les organisations touristiques entrevoient-elles les prochains mois?

Niveau de confiance des organisations touristiques

Des opinions partagées quant à l'avenir des organisations au cours des 6 prochains mois.

- Près d'une organisation sur deux (46 %) ne se dit pas inquiète de son avenir proche (6 prochains mois).
  - Les secteurs **agrotouristiques** et de **nature** et **plein air** sont les secteurs les moins inquiets quant à l'avenir (61 % des organisations). Ce constat n'est pas surprenant car ces deux secteurs se distinguent des autres de par leur performance de l'été.
- Un tiers de l'échantillon se révèle inquiet de sa survie, parmi lesquels 15 % des organisations craignent de devoir fermer définitivement au courant de l'automne, et 33 % au courant de l'hiver (ce qui représente respectivement 5 % et 10 % de la base totale).
  - Les secteurs de l'**hébergement** (37 %) et de la **restauration** (47 %) regroupent le plus d'organisations inquiètes quant aux prochains mois. Un restaurant, bar ou café sur cinq (22 %) envisage même devoir fermer définitivement au courant des prochains mois.
  - Plus d'une organisation sur deux (55 %) située à **Montréal** est inquiète de son avenir, ce qui en fait la région avec le plus d'incertitudes.



Moyenne

5,8 / 10

CHAIRE de tourisme Transat ESG UQÀM

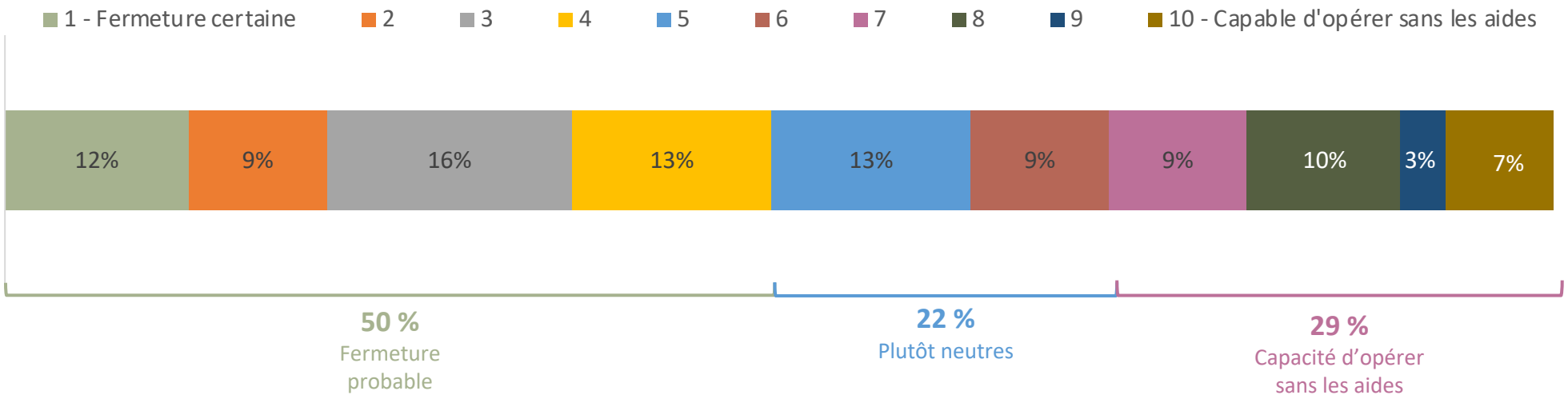
Base 1 : ensemble des répondants n'ayant pas fermé définitivement leur organisation (n = 1 118).

** Note : le niveau de confiance a été mesuré à l'aide d'une échelle à 10 points où 1 signifie « Très inquiets » et 10, « Pas du tout inquiets ».*

Importance des aides gouvernementales pour les organisations touristiques

Les aides gouvernementales, un soutien essentiel pour la moitié des organisations sondées.

- **La moitié des répondants anticipent la fermeture de leur organisation si les aides gouvernementales devaient s'arrêter**. Seulement 29 % se disent capables d'opérer sans recevoir d'aide du gouvernement.
  - Les grands centres urbains se disent plus fragiles et s'affichent comme plus dépendants aux aides. Ainsi, **83 % des organisations opérant à Montréal ou à Québec craignent devoir fermer en l'absence d'aides,** une proportion démesurée comparée aux organisations œuvrant en milieux urbains en région (Sherbrooke, Chicoutimi, Trois-Rivières, etc. : 37 % d'entre elles) ou en milieu rural (42 %).



Moyenne

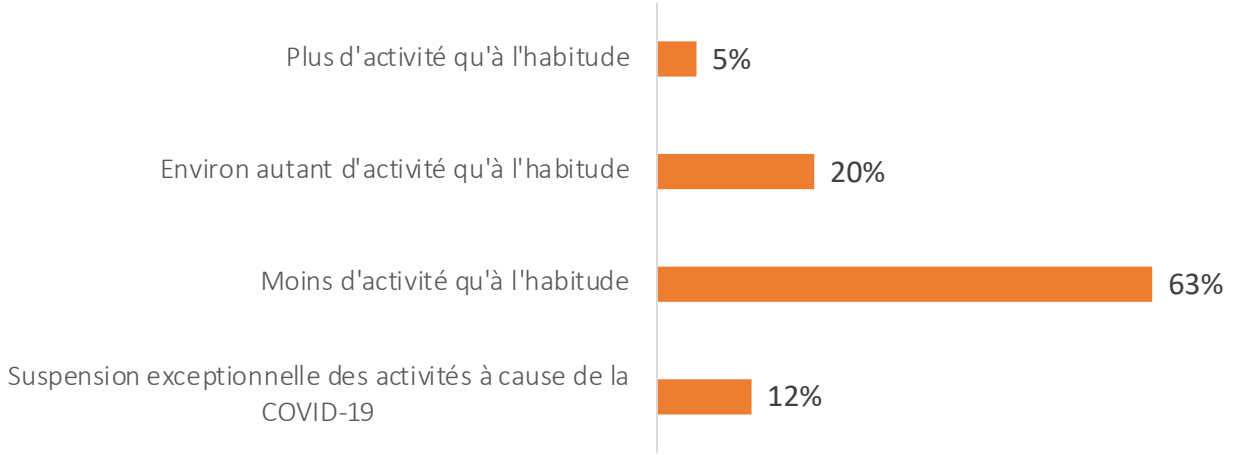
4,8 / 10

Base : ensemble des répondants ayant appliqué à au moins un programme d'aide fédéral et provincial (n = 251).
** Note : le niveau d'importance a été mesuré à l'aide d'une échelle à 10 points où 1 signifie « Fermeture certaine » et 10, « L'organisation peut facilement opérer sans aide ».*

Perception quant à l'automne 2020

Une saison automnale 2020 plus calme qu'à l'habitude.

- Chez les répondants qui prévoient être en activité durant l'automne 2020, **plus de deux répondants sur trois (72 %) prévoient un niveau d'activité moins élevé qu'à l'habitude**.
  - Les hôtels de **4 chambres et plus** (89 %) sont les plus pessimistes quant à leur niveau d'activité pour la prochaine saison, tout comme les organisations issues de la de la **restauration** (88 %) et de la **culture et du patrimoine** (82 %, contre 72 % pour l'ensemble de l'échantillon).
  - Les organisations œuvrant dans les **grands centres urbains** (Montréal, 93 % et Québec, 85 %) sont de nouveau les plus craintives envers la baisse estimée du niveau d'activités à venir.
- Au total, une organisation sur 10 (12 % de l'échantillon) prévoit **suspendre exceptionnellement ses activités à cette période** en raison de la crise de la COVID-19.
  - À cet égard, ce sont les festivals et évènements qui semblent les plus concernés. Les réceptifs et voyagistes semble suivre cette tendance, bien qu'elle ne puisse être statistiquement défendue faute de taille d'échantillon trop réduite (n < 30).



6 %
Plus d'activité qu'à l'habitude

23 %
Autant d'activité qu'à l'habitude

72 %
Moins d'activité qu'à l'habitude
(en excluant les suspensions)

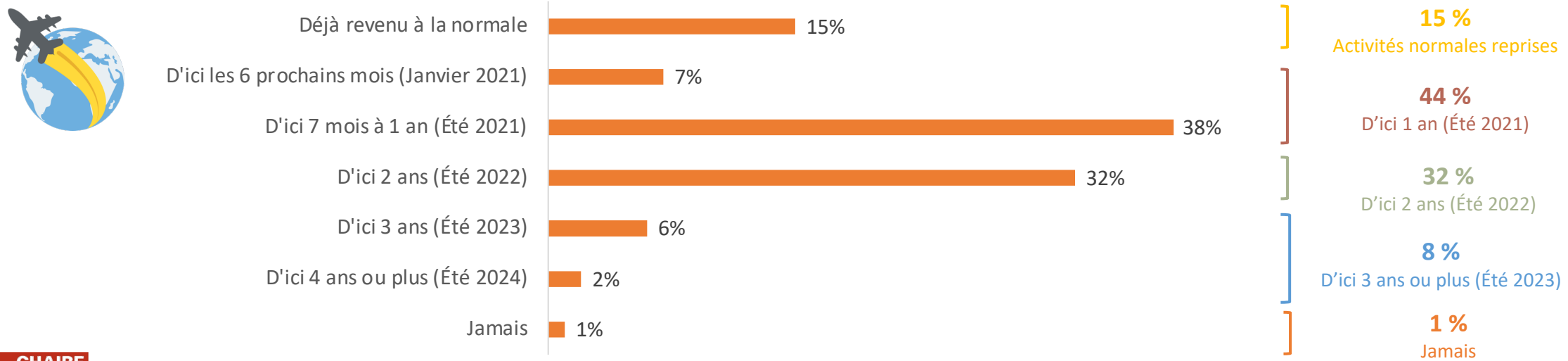
CHAIRE de tourisme Transat ESG UQÀM

Base : répondants étant ouverts durant l'automne et n'ayant pas fermé définitivement leur organisation (n = 1 006).

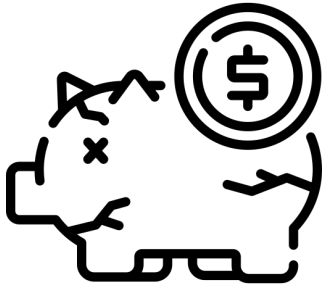
Reprise « normale » des activités des organisations

La reprise du niveau d'activité normal prévue à moyen terme selon les organisations.

- **Les organisations sondées s'accordent en majorité pour dire que la reprise ne se fera pas dans l'immédiat**. Les horizons temporels sont toutefois partagés : 44 % estiment qu'elle s'effectuera d'ici 1 an, et 32 %, d'ici 2 ans. Seules 15 % des organisations jugent avoir déjà repris un rythme normal (ou même plus!) au cours de l'été.
  - Ce sont encore une fois les secteurs de **l'agrotourisme** (29 %) et de **nature et plein air** (36 %) qui s'en sont le mieux sorti et qui se distinguent de par leur capacité à avoir repris le rythme normal de leur activité.
  - Côté localisation, ce sont les **Cantons-de-l'Est**, la **Gaspésie** et l'**Outaouais** qui semblent avoir eu le vent en poupe cet été. Environ le quart des organisations situées dans ces régions ont déclaré avoir déjà repris un rythme normal (proportions variant de 24 % à 27 %, contre 15 % pour l'ensemble des régions).



Base : répondants pensant pouvoir rester en opération (n = 919).



Quel est le profil des organisations les plus fragiles?

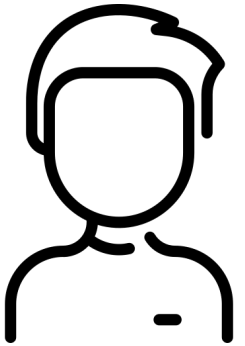
Quel est le profil des organisations les plus fragiles?

Au total, 15 % des organisations sondées envisagent devoir cesser leurs activités à l'automne ou à l'hiver prochain. Voici les principales différences significatives entre celles-ci et celles qui sont plus optimistes envers l'avenir.

- Ces organisations précaires sont surreprésentées dans le **secteur de la restauration et de l'hôtellerie** (de 4 à 39 chambres). Elles opèrent principalement à **l'année longue**, dans les **grands centres urbains comme Montréa**l. Leur clientèle habituelle provient plus souvent de **l'extérieur du Québec**.
- 62 % d'entre elles se déclarent **insatisfaites** des derniers mois (contre 29 % de l'échantillon global). En voici quelques raisons :
  - Elles ont reçu **moins de visiteurs qu'attendu et ont moins bénéficié de l'achalandage hors Québec habituel**. Au total, 35 % ont reçu moins de 25 % de leur achalandage habituel. 33 % d'entre elles ont réalisé moins de 25 % de leur chiffre d'affaires de 2019.
  - Elles ont été moins nombreuses à pouvoir opérer normalement cet été, certaines ont même dû rester fermées.
  - De plus, elles ont dû réaliser des **investissements souvent plus importants** que les autres organisations pour appliquer les mesures sanitaires (surreprésentation parmi les investissements nécessaires de 15 000 $ et plus, de surcroît financés plus souvent par des prêts à la banque). Par ailleurs, ces mesures sanitaires ont plus fréquemment été jugées **difficiles à faire respecter par les visiteurs**.
- **76 % d'entre elles pensent avoir opéré à perte cet été** (contre 37 % de l'échantillon total). Elles rapportent plus fréquemment avoir vu leur **situation financière se dégrader** au cours des derniers mois (40 %, contre 17 % de l'échantillon total). La crise les préoccupe surtout au niveau des **pertes financières** (89 % contre 61 %) et des **problèmes de liquidités** (84 % contre 48 %).

Quel est le profil des organisations les plus fragiles?

- En sus des enjeux financiers, **la gestion de leurs ressources humaines paraît complexe**, avec des mises à pieds permanentes plus fréquentes que pour l'échantillon total (41 % contre 19 %). Plusieurs ont également **fait davantage de mises à pieds supplémentaires** (19 %, contre 8 % de l'ensemble des répondants).
- La **rétention du personnel dans le contexte actuel** est plus préoccupante : 38 % se disent extrêmement préoccupées, contre 26 % pour l'échantillon total.
- Ces organisations **ont bénéficié plus souvent que les autres de certains programmes d'aide**, notamment le compte d'urgence pour les entreprises canadiennes (61 %) et l'aide d'urgence pour le loyer commercial (19 %) au niveau fédéral ainsi que l'aide d'urgence aux PME (9 %) ou le FLI (4 %) au niveau provincial.
- Elles sont significativement plus nombreuses à **craindre leur fermeture** si les aides gouvernementales devaient s'arrêter (87 %, contre 49 % de l'échantillon total).
- Ces organisations sont **très pessimistes face à leur niveau d'activité au cours des 6 prochains mois** (86 % se disent très inquiètes, contre 33 % de l'échantillon total). 93 % d'entre elles s'attendent à **vivre moins d'activité qu'à l'habitude lors de l'automne** (contre 72 %) et 35 % pensent devoir fermer exceptionnellement cet automne (contre 11 % de l'échantillon total).

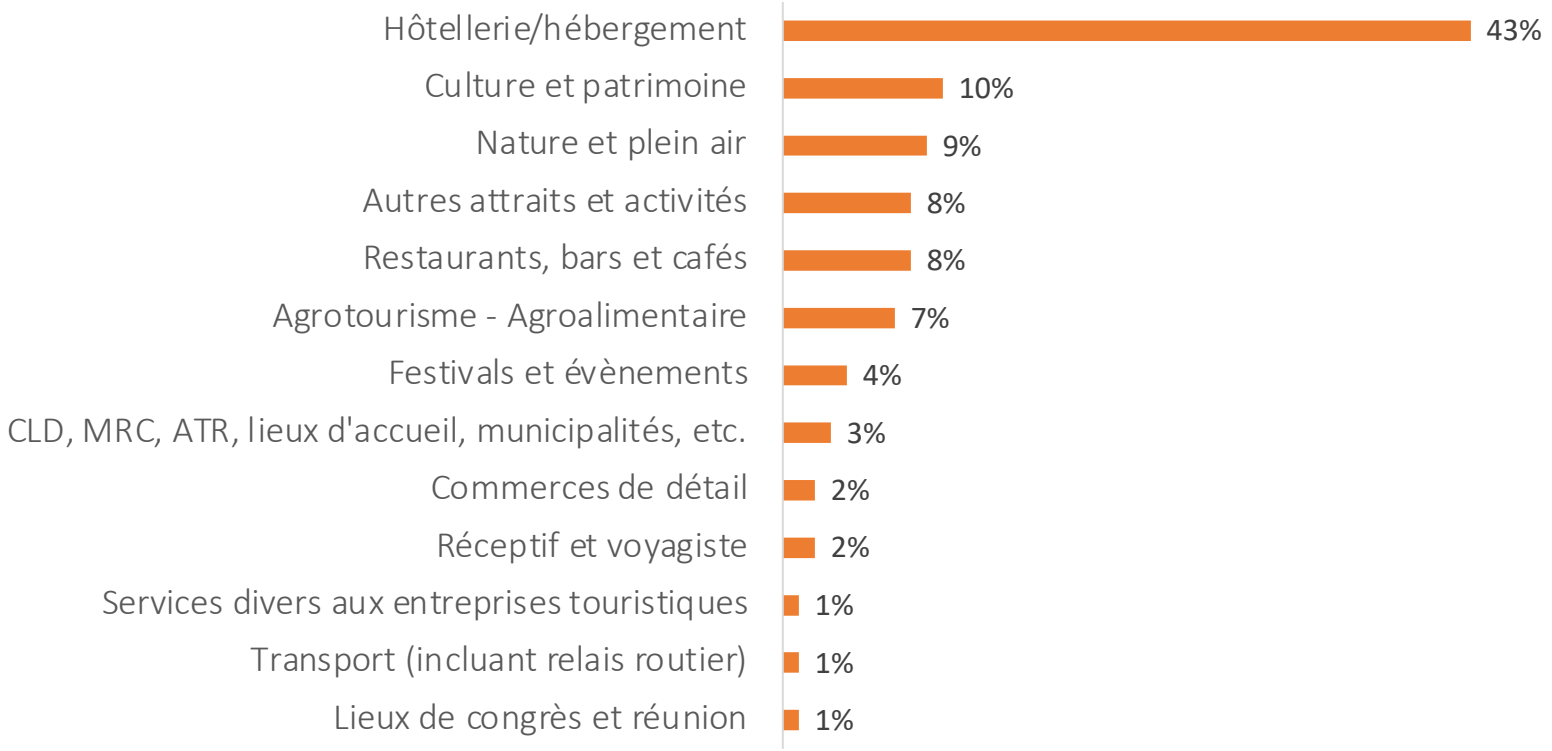


Quel est le portrait global des organisations sondées?

Secteurs d'activité représentés

Un échantillon représentatif des deux premières vagues de l'enquête.

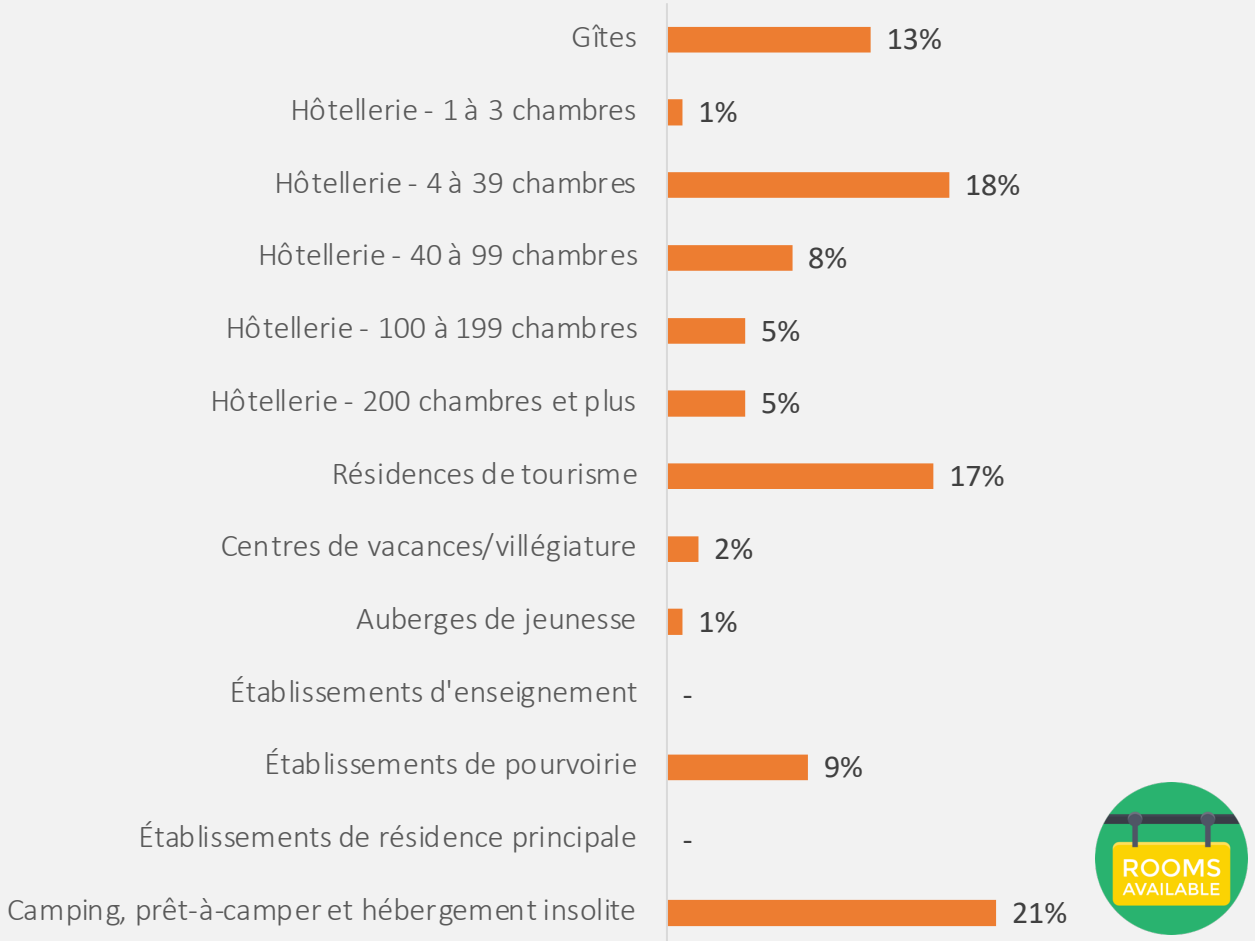
- La troisième vague de l'enquête sur les impacts de la COVID-19 sur les organisations touristiques rassemble **1 210 organisations*** représentant les principaux secteurs d'activité de l'industrie.
- Le portrait des répondants est similaire à la répartition de l'échantillon obtenu lors des précédentes vagues de l'enquête.

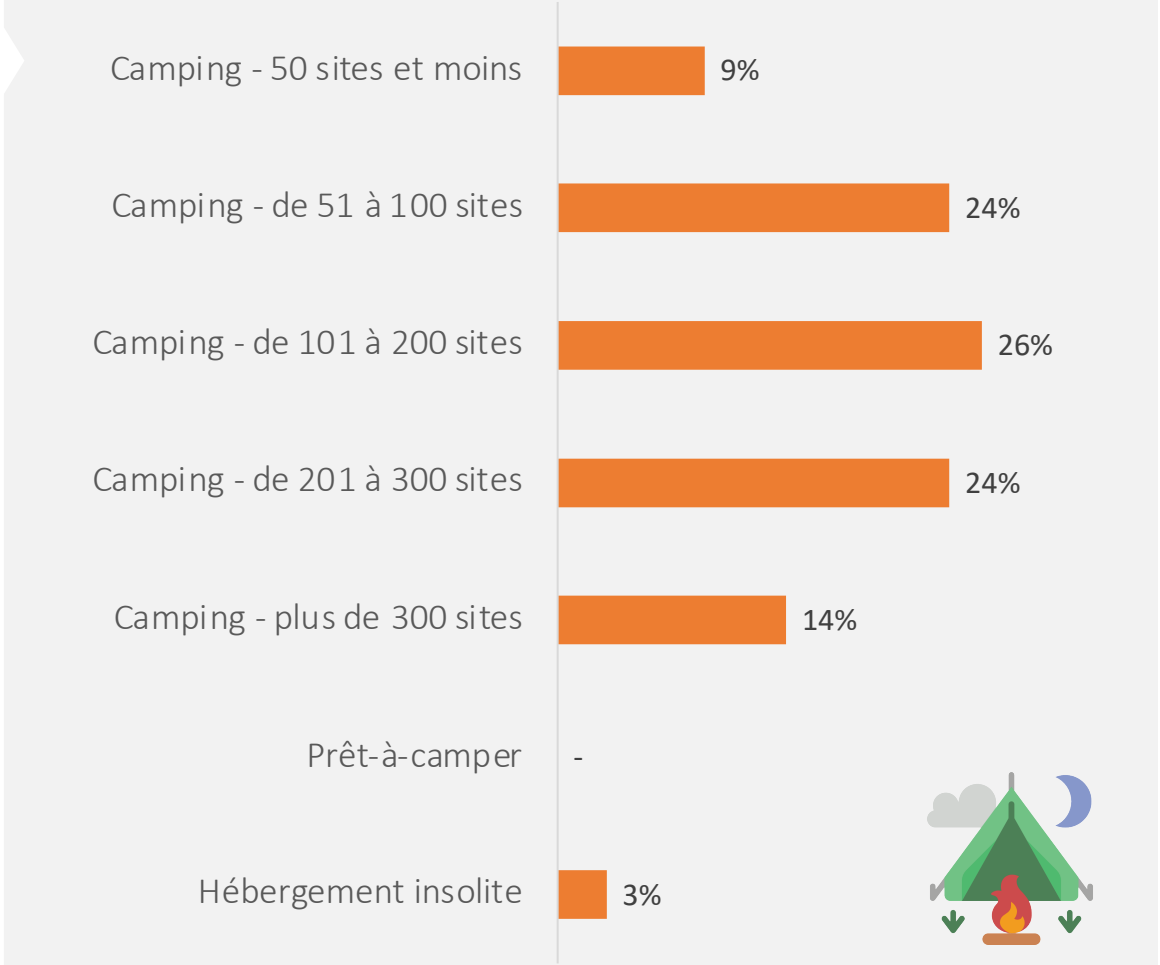


Base : ensemble des répondants (n = 1 165)

** Note : les variations de bases de cette section sont dues à l'abandon des répondants en fin de sondage.*

Catégories d'hébergement représentées





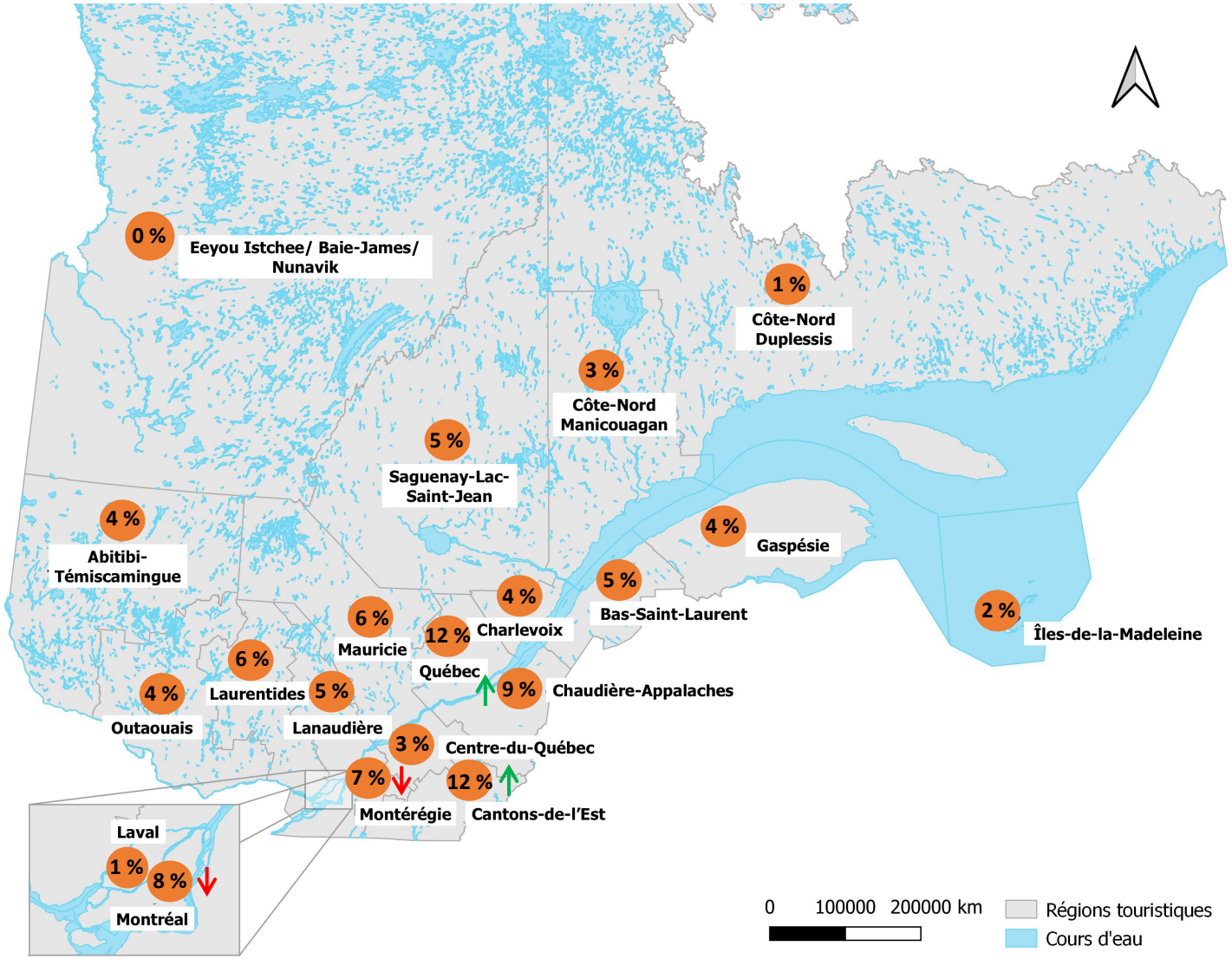
CHAIRE de tourisme Transat ESG UQÀM

Base 1 : répondants opérant en hébergement et hôtellerie (n = 502)
Base 2 : répondants exploitant des campings, prêt-à-camper ou hébergement insolite (n = 58)

Répartition géographique des répondants

Des organisations réparties dans l'ensemble du Québec

- D'un point de vue géographique, **la répartition des répondants reflète bien le profil de l'industrie touristique québécoise**.
- Ce profil est similaire à celui des échantillons obtenus lors des précédentes vagues de l'enquête.
- À noter que les régions de **Montréal** et de la **Montérégie** sont **sous-représentées** par rapport à la répartition des organisations touristiques québécoises, tandis que les régions des **Cantons-de-l'Est** et de **Chaudière-Appalaches** sont **surreprésentées**.



Base : ensemble des répondants (n = 1 164)

** Note : sur recommandation du Ministère du tourisme, la représentativité géographique a été évaluée à partir des données du Centre de recherche industrielle du Québec (CRIQ) et du Répertoire des établissements d'Emploi-Québec (2018).*

↓ : Régions sous-représentées. ↑ : Régions surreprésentées.

Représentativité régionale selon les normes du MTO

Nom région	n =	% CRIQ	% enquête	Var. (pts de %)	Nom région	n =	% CRIQ	% enquête	Var. (pts de %)
Abitibi-Témiscamingue	41	2,44 %	3,52 %	1,08	Îles-de-la-Madeleine*	26	0,64 %	2,23 %	1,59
Baie-James*	2	0,46 %	0,17 %	- 0,29	Lanaudière	58	5,40 %	4,98 %	- 0,42
Bas-Saint-Laurent	58	3,03 %	4,98 %	1,95	Laurentides	65	7,88 %	5,58 %	- 2,30
Cantons-de-l'Est (Estrie)	135	6,67 %	11,60 %	4,92	Laval*	12	3,15 %	1,03 %	- 2,12
Centre-du-Québec	35	2,87 %	3,01 %	0,14	Mauricie	71	4,28 %	6,10 %	1,82
Chaudière-Appalaches	100	4,56 %	8,59 %	4,03	Montérégie	78	11,18 %	6,70 %	- 4,48
Charlevoix	42	1,66 %	3,61 %	1,95	Montréal	98	23,90 %	8,42 %	- 15,48
Côte-Nord Duplessis*	13	0,79 %	1,12 %	0,33	Nunavik*	0	0,05 %	0,00 %	- 0,05
Côte-Nord Manicouagan	39	0,90 %	3,35 %	2,45	Outaouais	46	3,88 %	3,95 %	0,07
Eeyou Istchee*	3	0,09 %	0,26 %	0,17	Québec	137	9,27 %	11,77 %	2,50
Gaspésie	47	2,85 %	4,04 %	1,19	Saguenay-Lac-Saint-Jean	58	4,03 %	4,98 %	0,95

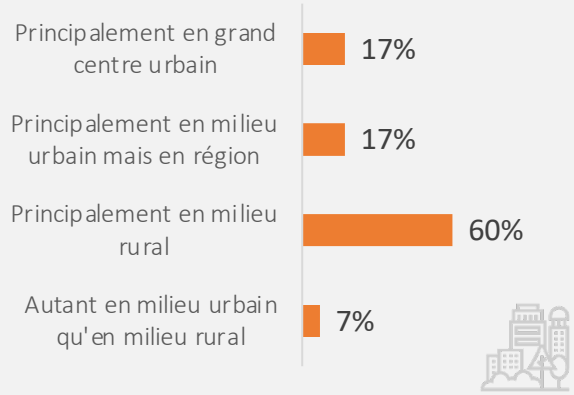
Base : Centre de recherche industrielle du Québec (CRIQ) : 30 159 organisations / Base enquête : 1 164 organisations
Source : Banque du Centre de recherche industrielle du Québec (CRIQ) et du Répertoire des établissements d'Emploi-Québec (2018)
** Note : sous-groupes de moins de 30 répondants.*
*** Les régions les plus sous-représentées sont indiquées en rouge, et celles surreprésentées, surlignées en vert.*

Nature des activités des organisations

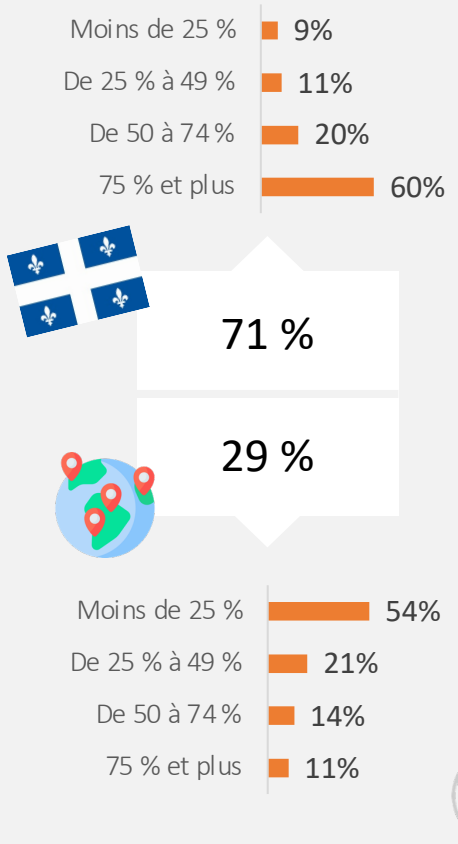
QO7 À quelle(s) **période(s) de l'année** recevez-vous des visiteurs ou des touristes?

QO8 Est-ce que votre organisation embauche des **employés saisonniers**?

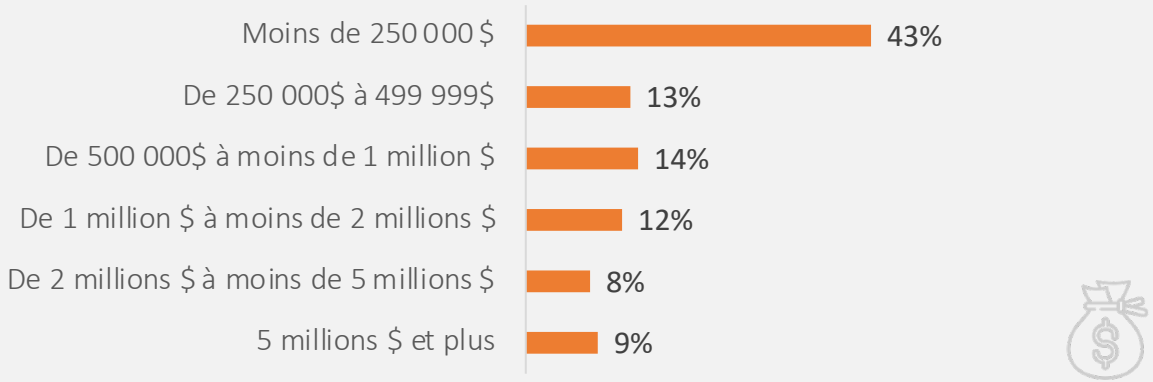
QE1 Vos activités se déroulent-elles…



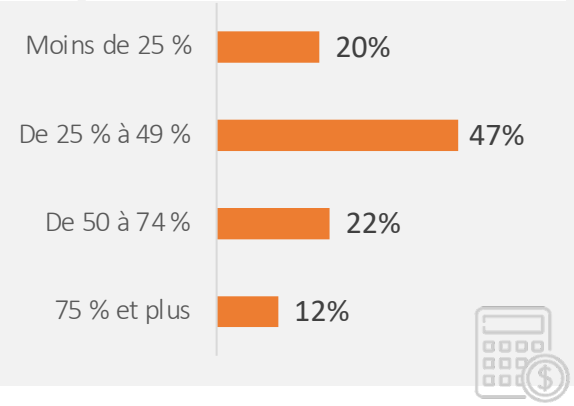
QO12 En moyenne, au cours d'une année régulière, quelle **proportion de votre clientèle** provient…



QO13R Pour l'année 2019, quel était le **chiffre d'affaires** de votre organisation?



QE2 En 2019, que représentait la part des **coûts fixes** dans les dépenses annuelles?



Base : variable. Ensemble des répondants, excluant les « Ne sait pas » (n = de 1 004 à 1 165).