

Saison hivernale : Tourisme Montérégie dresse un bilan satisfaisant

Brossard, le 25 avril 2024 – Tourisme Montérégie fait le point sur sa saison hivernale qui a été satisfaisante pour la majorité des entreprises touristiques. Malgré la météo mitigée en début d'année, la tendance s'est inversée, avantageant plusieurs partenaires.

L'absence de neige pendant le temps des fêtes et la semaine de relâche a été un coup dur pour les activités de plein air, mais n'a généralement pas affecté les spas et attraits agrotouristiques qui ont été plus occupés que l'année précédente. Les activités intérieures ont bénéficié de cette température en enregistrant un achalandage allant de normal à excellent, ce qui est comparable à celui d'avant la pandémie.

Cette saison hivernale s'est particulièrement distinguée par une saison des sucres exceptionnelle. Les érablières et les cabanes à sucre ont été très fréquentées grâce entre autres aux conditions météorologiques favorables. La semaine de relâche et le long congé Pascal ont été des périodes de pointes, au grand bonheur des entrepreneurs touristiques qui considèrent en majorité que la saison 2024 a été supérieure à 2023. En ce qui concerne la production de sirop d'érable, elle a dépassé celle de l'année dernière, ce qui est une excellente nouvelle pour les acériculteurs.

Du côté de l'hébergement, le taux d'occupation pour les mois de janvier et février 2024 s'est établi en moyenne à 43,5 %, ce qui représente une baisse par rapport à l'année dernière. Cependant, pour la même période en 2023, la région avait connu une hausse significative du taux d'occupation par rapport à 2022, la plaçant au 4^e rang au Québec (après Montréal, Québec et le Centre-du-Québec). Malgré cette tendance actuelle, les mois à venir s'annoncent occupés par la présence de groupes sociaux, de mariages et d'événements corporatifs.

Pour le directeur général de Tourisme Montérégie, Mario Leblanc, la saison a été satisfaisante.

« Même si les observations sont un peu différentes d'une entreprise à l'autre, nous sommes satisfaits de la saison hivernale 2023-2024. Chaque secteur est différent et en moyenne, la majorité de nos partenaires sont heureux. Nous sommes cependant très optimistes pour la saison estivale qui s'en vient et nous anticipons un bon nombre de visiteurs pendant les vacances et lors des nombreux événements qui se tiendront en Montérégie. »

Campagne marketing

Au cours de la saison hivernale, une campagne marketing a été déployée du 1^{er} décembre 2023 au 31 mars 2024, intégrant des créatifs de la campagne « Notre bout du monde ». Cette campagne a généré plus de 82 500 utilisateurs sur le site Web de Tourisme Montérégie, totalisant plus de 237 000 pages vues. La campagne *Facebook Ads*, plus spécifique aux expériences de courts séjours notamment pour la Saint-Valentin, le plein air et le temps des sucres, a permis de générer à elle seule près de 2 875 000 impressions.

Récupération de la moyenne d'emploi postpandémique

Dans un autre ordre d'idées, selon une analyse du Conseil québécois des ressources humaines en tourisme (CQRHT), la Montérégie occupe la première place en termes de récupération d'emploi post-pandémique. Depuis 2019, il est estimé que la région administrative de la Montérégie a récupéré 110 % de ses emplois perdus. Pour l'été 2024, on prévoit une légère augmentation de l'emploi, moins de postes vacants et une plus grande stabilité dans les emplois.

À propos de Tourisme Montérégie

Leader de l'industrie touristique de la Montérégie, Tourisme Montérégie déploie son savoir-faire auprès des membres, des partenaires et des visiteurs, avec passion, dans un esprit collaboratif, de confiance et de respect. Sa mission est centrée sur le développement et la promotion de la destination, l'accueil des visiteurs et la diffusion de l'information touristique.

-30-

Pour toute demande d'information :

Eliane Tremblay-Moreau

Coordonnatrice des relations de presse et affaires publiques

Tourisme Montérégie

etmoreau@monteregie.ca