

EMBARGO | 23 novembre 2022 à 10h30

GASPÉSIE : BILAN D'UNE SAISON TOURISTIQUE ATYPIQUE

Mont-Joli, le 23 novembre 2022 – Dans le cadre du Colloque de l'industrie touristique de la Gaspésie, Tourisme Gaspésie (TG) présente le bilan de la saison printemps-été-automne 2022. Bien que les visiteurs et les retombées soient estimés en hausse comparativement aux dernières années, les principaux indicateurs et les commentaires de l'industrie témoignent d'une saison aux nombreux défis.

Dès le printemps, la situation s'annonçait difficile: la flambée des coûts de l'essence et l'inflation, combinées à la fréquentation record de la Gaspésie pour les deux derniers étés, la forte compétition à l'échelle provinciale et la réouverture des frontières, laissaient présager un exode de la clientèle québécoise. Les différents sondages plaçaient toutefois la Gaspésie en bonne position dans les intentions de vacances et celles-ci semblent en effet s'être concrétisées.

Pour la période de mai à septembre inclusivement, Tourisme Gaspésie estime le nombre de visiteurs à plus de 570 000 et les retombées à 340 M\$, ce qui représente respectivement des hausses de 2,2 % et 7,3 % comparativement à 2021. Les augmentations atteignent 6 % et 25 % lorsque l'on compare les résultats avec 2019, année de référence. Malgré cette excellente performance, plusieurs entreprises ont connu des baisses d'achalandage, particulièrement les attraits et activités ainsi que les campings, reflet d'une saison parfois inégale.

« Nous sommes heureux de constater que la région a été à nouveau prisée cet été et encore plus particulièrement des gains en début et en fin de saison. Rappelons que 2020 et 2021 sont des étés qui se sont déroulés dans un contexte unique et ont apporté un achalandage record en Gaspésie, et ce, sur une période très concentrée. Le défi est d'allonger la saison plutôt que d'augmenter l'achalandage au cœur de l'été et de répartir le flux touristique sur le territoire pour permettre aux entreprises d'étaler l'affluence, d'offrir une expérience de qualité aux visiteurs. »

- Joëlle Ross, directrice générale de Tourisme Gaspésie

FAITS SAILLANTS

- Selon Tourisme Québec, le **taux d'occupation** moyen des **établissements d'hébergement** en Gaspésie pour la période de **mai à septembre 2022** inclusivement est de 66,8 %. Ce taux est 2,6 points au-dessus de celui de 2019 et est égal à celui de la saison 2021 (meilleur taux enregistré à ce jour).
- Les **mois de mai et juin** ont connu une excellente performance, confirmant la présence de visiteurs dans la région de plus en plus tôt.
- Les **taux d'occupation** moyens des mois de **juillet** (80,4 %) et **août** (84,9 %) sont **similaires à 2019**, accusant un léger recul comparativement à 2021. Bien qu'ils soient excellents, ceux-ci montrent que des gains sont encore possibles.

- Selon les données préliminaires de Camping Québec pour la Gaspésie, la moyenne d'**emplacements de camping** occupés par des campeurs de passage de juin à août inclusivement serait en **diminution comparativement à 2021, mais seraient supérieure à 2019**, alors que le **taux d'occupation des prêts-à-camper descendrait au niveau de 2019**.
- Les **attraits et activités** ont connu une **diminution de la fréquentation**. Cependant, on constate un rééquilibrage entre la fréquentation des activités intérieures et extérieures, après un fort engouement pour le plein air en raison des contraintes sanitaires. **Les festivals ont connu, pour leur part, une excellente saison**.

UNE CAMPAGNE PROMOTIONNELLE À FORT IMPACT

Rappelons que la campagne promotionnelle été-automne 2022 s'est déployée graduellement au Québec dès le 16 mars dernier. Au total, 700 000 \$ ont été investis pour assurer une importante visibilité à la destination jusqu'à la fin septembre auprès des clientèles francophones et anglophones du Québec ainsi que sur le marché des maritimes. La performance des placements est au-delà des attentes et les plateformes de TG ont enregistré d'excellents résultats.

MARCHÉ HORS QUÉBEC

Le Québec maritime est heureux de constater que ses efforts des dernières années portent fruit avec le retour des clientèles hors Québec en Gaspésie, notamment en provenance de la France et de l'Ontario, deux marchés prioritaires avec lesquels nous n'avons jamais cessé de communiquer, même pendant la pandémie. Ces clientèles sont particulièrement importantes puisqu'elles contribuent à l'allongement de la saison touristique grâce à leur propension à voyager en juin, en septembre ou en octobre. Rappelons que Le Québec maritime dispose d'un budget de 1,8 M\$ pour promouvoir et commercialiser la Gaspésie, le Bas-Saint-Laurent, la Côte-Nord et les Îles de la Madeleine auprès des voyageurs hors Québec.

À PROPOS DE TOURISME GASPÉSIE

Tourisme Gaspésie est un organisme de promotion et de développement économique qui regroupe plus de 650 entreprises et organismes œuvrant dans l'industrie du tourisme en Gaspésie. Partenaire privilégié du ministère du Tourisme et faisant partie des 21 Associations touristiques régionales (ATR) du Québec, sa mission est de mobiliser, représenter et promouvoir l'industrie touristique de la Gaspésie sur le marché du Québec. Complémentaire, Le Québec maritime positionne les régions de l'est du Québec, dont la Gaspésie, sur les marchés hors Québec en collaboration avec l'Alliance de l'industrie touristique du Québec.

-30-

Pour information :

Judith Kilgour, coordonnatrice communications
Cell. 581 624-2563 | jkilgour@tourisme-gaspesie.com

Visitez le [tourisme-gaspesie.com/medias](https://www.tourisme-gaspesie.com/medias) pour des photos et logos.