

Faits saillants
**ENQUÊTE RÉALISÉE
AUPRÈS DES ENTREPRISES
TOURISTIQUES**



Objectif : obtenir des données comparatives sur l'évolution de l'industrie touristique et de ses effets dans les entreprises de la région.

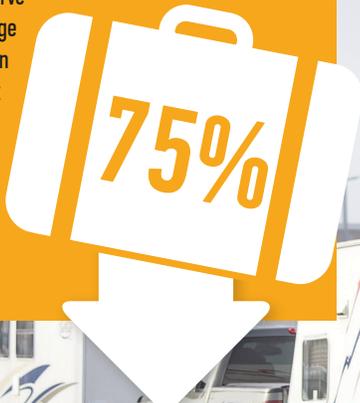
NOMBRE DE RÉPONDANTS: 100

L'enquête en ligne menée du 21 septembre au 2 octobre 2020 auprès des membres de l'Association touristique régionale des Îles-de-la-Madeleine a permis de répondre aux questions suivantes :

1. Globalement, l'achalandage touristique de votre entreprise était-il en hausse, stable ou en baisse, au cours de la saison touristique 2020, comparativement à l'année dernière?
2. Pour chacun des mois suivants, l'achalandage touristique de votre entreprise était-il en hausse, stable ou en baisse, au cours de la saison touristique 2020, comparativement à l'année dernière?
3. Globalement, les dépenses de votre clientèle touristique étaient-elles en hausse, stable ou en baisse, au cours de la saison touristique 2020, comparativement à la même période de l'année dernière?
4. Votre chiffre d'affaires, en lien avec l'achalandage de la clientèle touristique, était-il en hausse, stable ou en baisse, au cours de la saison touristique 2020, comparativement à la même période de l'année dernière?
5. La fréquentation de votre entreprise par les clientèles touristiques suivantes était-elle en hausse, stable ou en baisse, au cours de la saison touristique 2020, comparativement à la même période de l'année dernière?
6. La fréquentation de votre entreprise par la clientèle locale était-elle en hausse, stable ou en baisse, au cours de la saison touristique 2020, comparativement à la même période de l'année dernière?
7. Dans le contexte de la pandémie de COVID-19, avez-vous observé des particularités auprès de vos clientèles (besoins et attentes, satisfaction, respect des mesures sanitaires, etc.)?
8. Pour les deux dernières années, veuillez indiquer le nombre de personnes qui étaient à votre emploi.
9. Quel est votre secteur d'activité principal (catégorie de membre)?
10. S'il y a lieu, commentaires et observations sur la saison touristique 2020.
11. Quel sera votre principal défi au cours de la prochaine année?

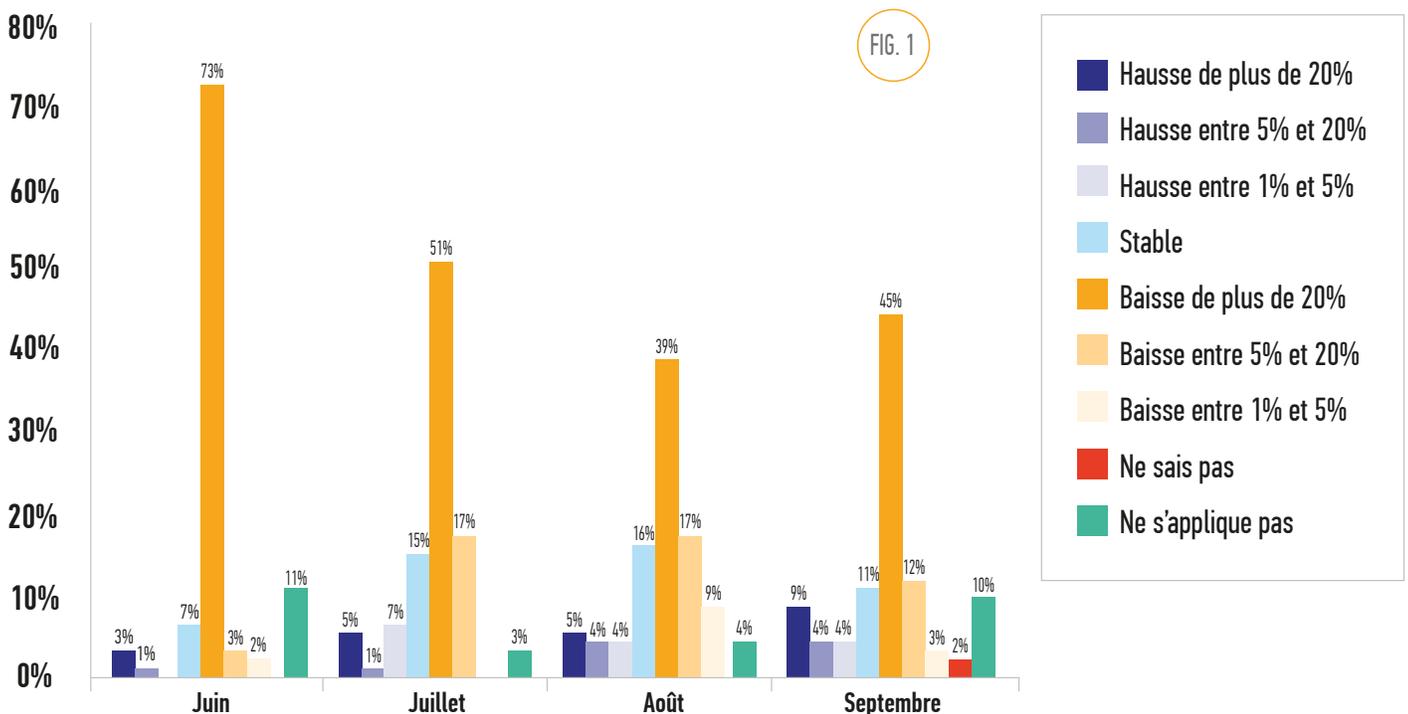
ACHALANDAGE GLOBAL

75% des répondants ont observé une baisse de l'achalandage touristique durant la saison 2020. De ce nombre, 54% ont connu une baisse de plus de 20%. Il est à noter que 16% des entreprises sondées ont enregistré une hausse de l'achalandage touristique.



ACHALANDAGE TOURISTIQUE PAR MOIS

Dû à l'ouverture tardive de la région le 26 juin, la vaste majorité des entreprises (78%) a connu une baisse de l'achalandage touristique au cours de ce mois. Il en va de même en juillet, août et septembre. En effet, la majorité des organisations sondées ont enregistré une baisse de l'achalandage touristique, comparativement à l'année dernière. Plus précisément, 68% en juillet, 65% en août et 60% en septembre. Fait à noter : une proportion de 17,4% des entreprises ont confirmé une hausse d'achalandage durant le mois de septembre.



Réponses obtenues : 92

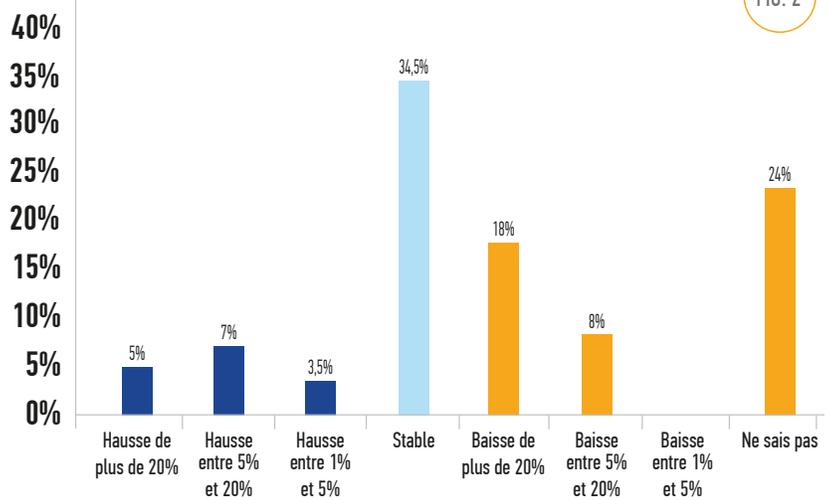


Credit photo : Mathieu Dupuis

DÉPENSES DE LA CLIENTÈLE TOURISTIQUE ET CHIFFRE D'AFFAIRES

DÉPENSES DE LA CLIENTÈLE TOURISTIQUE, COMPARATIVEMENT À LA MÊME PÉRIODE DE L'ANNÉE DERNIÈRE

Les dépenses de la clientèle touristique sont demeurées stables pour une majorité de répondants soit, 34,5%. 26% des entreprises ont constaté une baisse, tandis que 15,5% ont enregistré une hausse. Une proportion significative des entreprises sondées n'enregistre pas cette donnée soit, 24%.

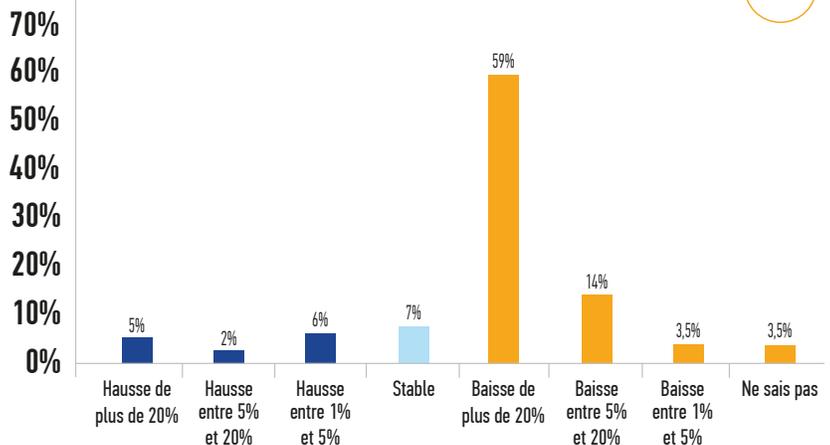


Réponses obtenues : 84

■ Hausse ■ Stable ■ Baisse

CHIFFRE D'AFFAIRES DES ENTREPRISES EN LIEN AVEC L'ACHALANDAGE DE LA CLIENTÈLE TOURISTIQUE, COMPARATIVEMENT À LA MÊME PÉRIODE DE L'ANNÉE DERNIÈRE

La majorité des entreprises (76,5%) a dénoté une baisse de leur chiffre d'affaires, en lien avec l'achalandage touristique. Pour 59% des répondants, le chiffre d'affaires a diminué de plus de 20%.



Réponses obtenues : 85



FRÉQUENTATION DES ENTREPRISES PAR LA CLIENTÈLE LOCALE

Près du quart des entreprises touristiques sondées (24%) ont observé une hausse de fréquentation de la clientèle locale. La majorité des entreprises (32,5%) mentionne que la fréquentation par la clientèle locale était stable.



Crédit photo : Mathieu Dupuis

OBSERVATIONS DES ENTREPRISES SONDÉES VIS-À-VIS LES CLIENTÈLES DANS LE CONTEXTE DE LA PANDÉMIE DE LA COVID-19

CE QU'ILS ONT DIT :

«Clientèle jeune, besoin d'un endroit où manger, car les restos ne peuvent pas les accueillir»

«20 ans plus jeune en moyenne»

«Clientèle satisfaite, mais beaucoup plus exigeante»

«Le budget des visiteurs était disponible pour les métiers d'art»

«De façon générale, les clients étaient respectueux des mesures»

«La clientèle était respectueuse et soucieuse des mesures sanitaires»

«Super clientèle, respectueuse et généreuse. Qualité versus quantité, un pari qu'on devrait prendre.»

«Beaucoup de gens ont apprécié les mesures sanitaires mises en place et nos efforts pour les faire respecter. Toutefois, plus de 3 clients par jour s'opposaient aux mesures sanitaires.»

«Nous avons remarqué que les gens réservaient beaucoup les activités extérieures. Lorsqu'il fallait déplacer des excursions, c'était compliqué, car les clients avaient réservé des activités tous les jours.»

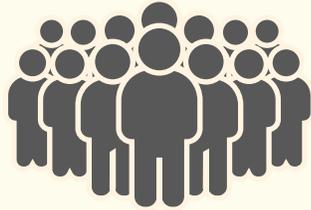
«Masque porté sous le nez par une grande majorité de clients. Attente de service de restauration plus élevée que ce qui pouvait s'offrir. Une nouvelle catégorie de visiteurs québécois qui ne connaissent pas la culture et les règles des îles en matière de camping sauvage.»



EMPLOIS

Le nombre de personnes qui occupait un emploi à temps complet (plus de 30 heures / semaine) a diminué de 29,3% en 2020, comparativement à 2019. Le nombre d'emplois à temps partiel (moins de 30 heures / semaine) a diminué de 13%. Somme toute, le nombre d'emplois (temps complet et temps partiel) a diminué de 25% en 2020.

2019



2020

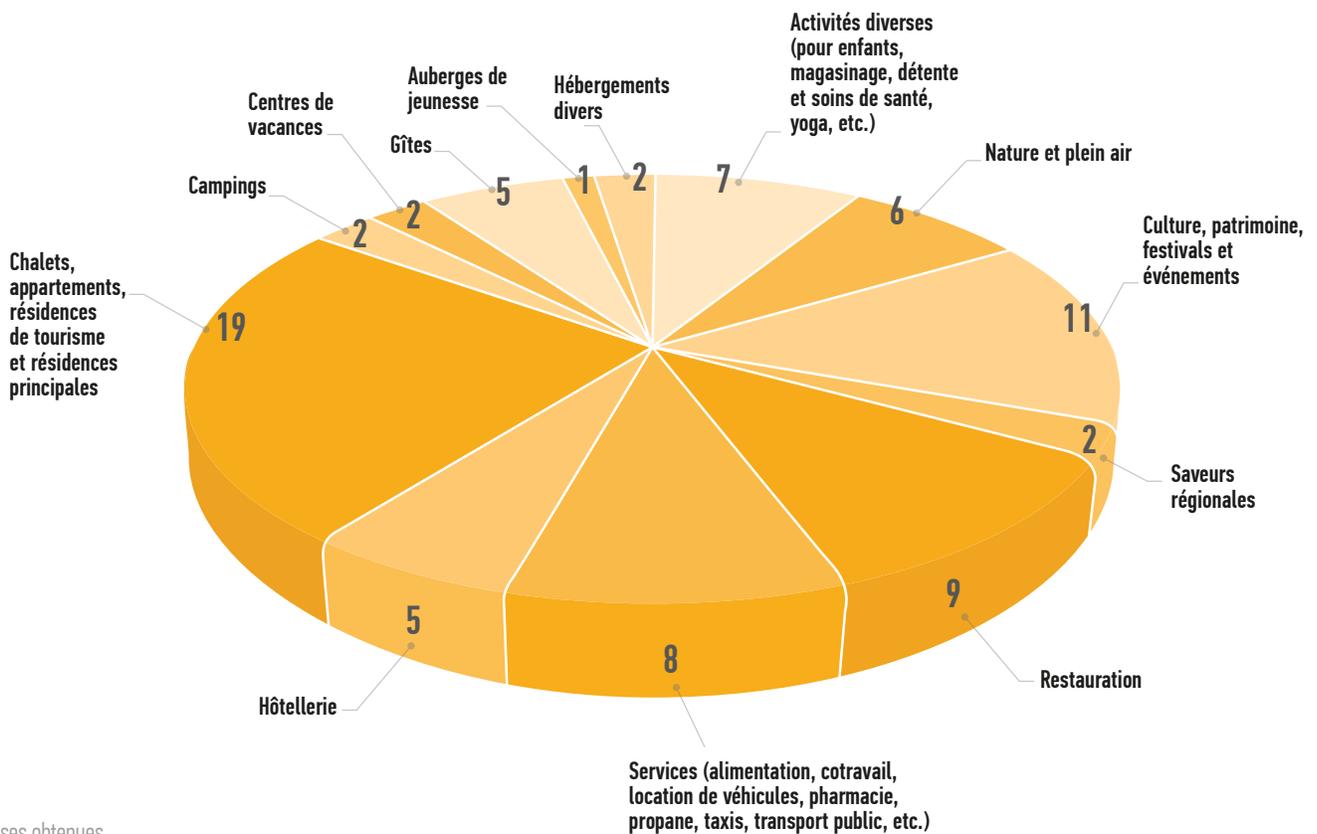


71 réponses obtenues

SECTEUR D'ACTIVITÉ

Répartition des répondants par secteur d'activité.

FIG. 4



79 réponses obtenues



COMMENTAIRES ET OBSERVATIONS SUR LA SAISON TOURISTIQUE 2020

Credit photo : L'île Imaginaire

«Une saison désastreuse.»

«Beaucoup de dernière minute, qui visitaient pour la première fois les Îles. Plus plein air et plage.»

«C'était nécessaire de s'appliquer beaucoup plus et mettre plus de temps pour convaincre les touristes de ne pas annuler leur séjour.»

«Nombreuses sont les personnes qui voulaient entrer dans la boutique sans respecter le nombre de clients à l'intérieur et la distanciation sociale.»

«On aurait pu faire plus mais pas assez de main-d'œuvre.»

«Elle a été sauvée. Nos employés ont doublé d'ardeur et nous avons passer au travers.» «Les visiteurs ont manifesté une grande satisfaction de leur séjour et plusieurs sont tombés en amour avec les Îles! Il m'a semblé que les visiteurs ont apprécié la nature, la marche, le plein air et une certaine tranquillité. Personne n'a rouspété parce qu'il y avait moins de spectacles ou d'activités grand public. Comme s'ils appréciait plus ce qui leur était offert (non pas la quantité, mais la qualité).»

«Ce fut une belle saison, malgré les circonstances de la pandémie de la COVID-19, plusieurs étaient à leur première fois aux Îles, ils ont été séduits par nos Îles, tous disaient revenir dans les années à venir.»

«SVP ne pas favoriser le tourisme de masse. Les gens intéressants nous visitent pour notre côté sauvage, nature, différent. C'est sur cela qu'il faut miser pour un tourisme durable.»

«J'ai remarqué que la clientèle était beaucoup constitué de jeunes entre 20 et 40 ans.»

«Une saison sans profit.»

«La saison touristique 2020 s'est bien déroulée malgré la pandémie.»

«On s'en tire pas si mal finalement, en septembre encore des touristes.»

«Explosion de personnes campées un peu partout, autant les touristes que des gens des Îles qui font de la location.»





DÉFIS POUR
LA PROCHAINE
ANNÉE

CE QU'ILS ONT DIT :

«La gestion de la deuxième vague de COVID (réservations de groupe hors saison qui devait débuter en octobre et terminer en juin 2021).»

«Trouver de la main-d'œuvre pour l'entretien entre les locations.»

«Améliorer ma présence sur les réseaux sociaux. Bien calculer mes besoins pour l'été 2021, qui ne sera pas un été habituel non plus, selon moi.»

«Augmenter et consolider la clientèle corporative en basse saison.»

«Le recrutement et de garder les employés mobilisés pour l'an prochain.»

«Augmenter les ventes en ligne et trouver une façon de moins dépendre de la saison touristique pour nos revenus d'entreprise.»

«Le manque de gens qui veulent travailler sera notre principal défi. Nous sommes présentement contraints de fermer nos portes certains jours faute de main-d'œuvre.»

«Recevoir les gens qui ont annulé et reporté leur séjour à l'an prochain.»

«Réussir à tenir bon financièrement jusqu'à la prochaine saison.»

«Trouver des moyens de reprendre les pertes encourues pour faire face à d'autres situations d'urgence le cas échéant.»



Merci à toutes les entreprises qui ont participé à cette enquête 😊. L'équipe de Tourisme Îles de la Madeleine salue tous les gestionnaires et les travailleurs de l'industrie touristique et tient à souligner leur dévouement afin d'offrir une expérience humaine et positive 😊😁👏. Grâce à leur implication, la magie des Îles a pu opérer encore cet été 🧡🧡🧡.



Faits saillants
ENQUÊTE RÉALISÉE AUPRÈS DES ENTREPRISES TOURISTIQUES

