



BILAN DE SAISON 2025

Journée du Tourisme
Le 12 novembre 2025
Présenté par Michel Bonato
Directeur général



LES OUTILS DE MESURE DE L'ATR

- 1- Site Internet**
- 2- Bureau d'accueil et borne**
- 3- Sondage de fin de séjour**
- 4- Sondage auprès des entreprises**
- 5- Bilan des croisières internationales**
- 6- Bilan des entrées avec nuitées à destination**

LE SITE INTERNET

tourismeilesmadeleine.com

Utilisateurs actifs ?

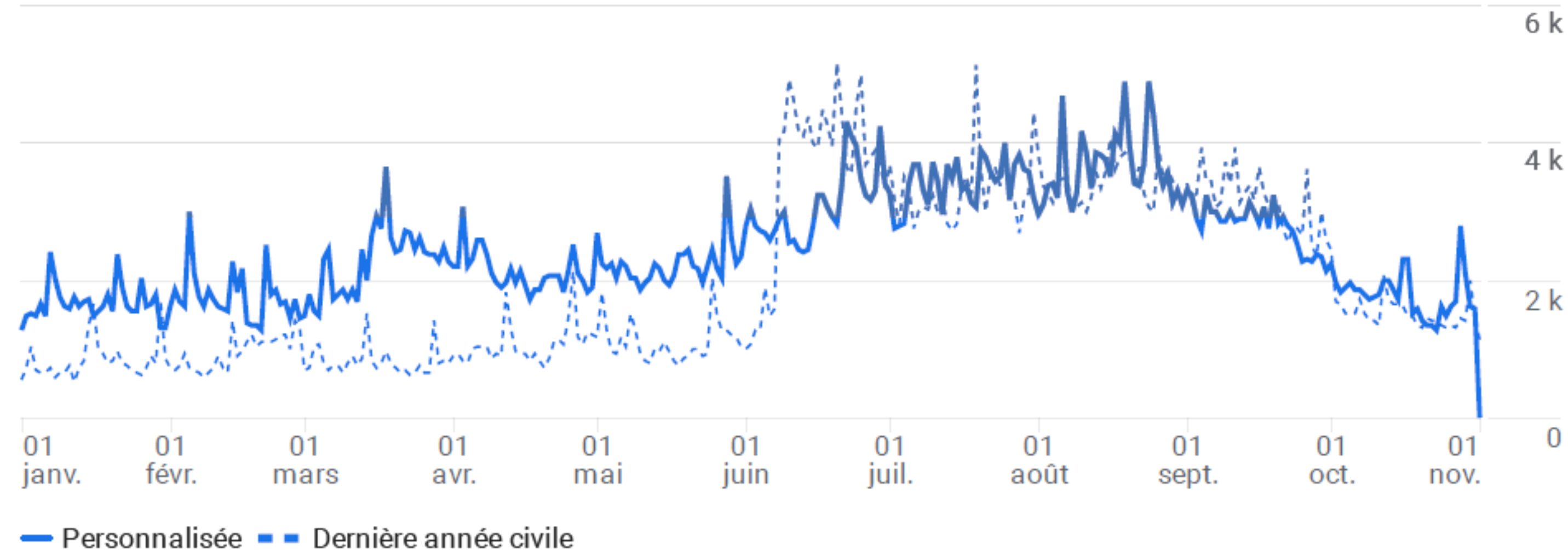
471 k

↑ 15,5 %

Nouveaux utilisateurs ?

462 k

↑ 18,8 %



- 1- Recherche organique **+33%**
- 2- Traffic Direct **+23%**
- 3- Organique Médias sociaux **-44%**
- 4- Mots clés **+100%**
- 5- Courriel **+1%**
- 6- Sites référents **+18%**
- 7- Display **+53%**
- 8- Payant Médias sociaux **+491%**
- 9- Vidéo **+270%**

ORIGINE DES CLIENTÈLES

Origine par pays

Canada: +16%

États-Unis : +23%

France : +17%

Origine par régions

Québec : +10%

Ontario : +9%

Nouvelle-Écosse : +126%

Nouveau-Brunswick : +194%

Île-du-Prince-Édouard : +140%

Origine par villes

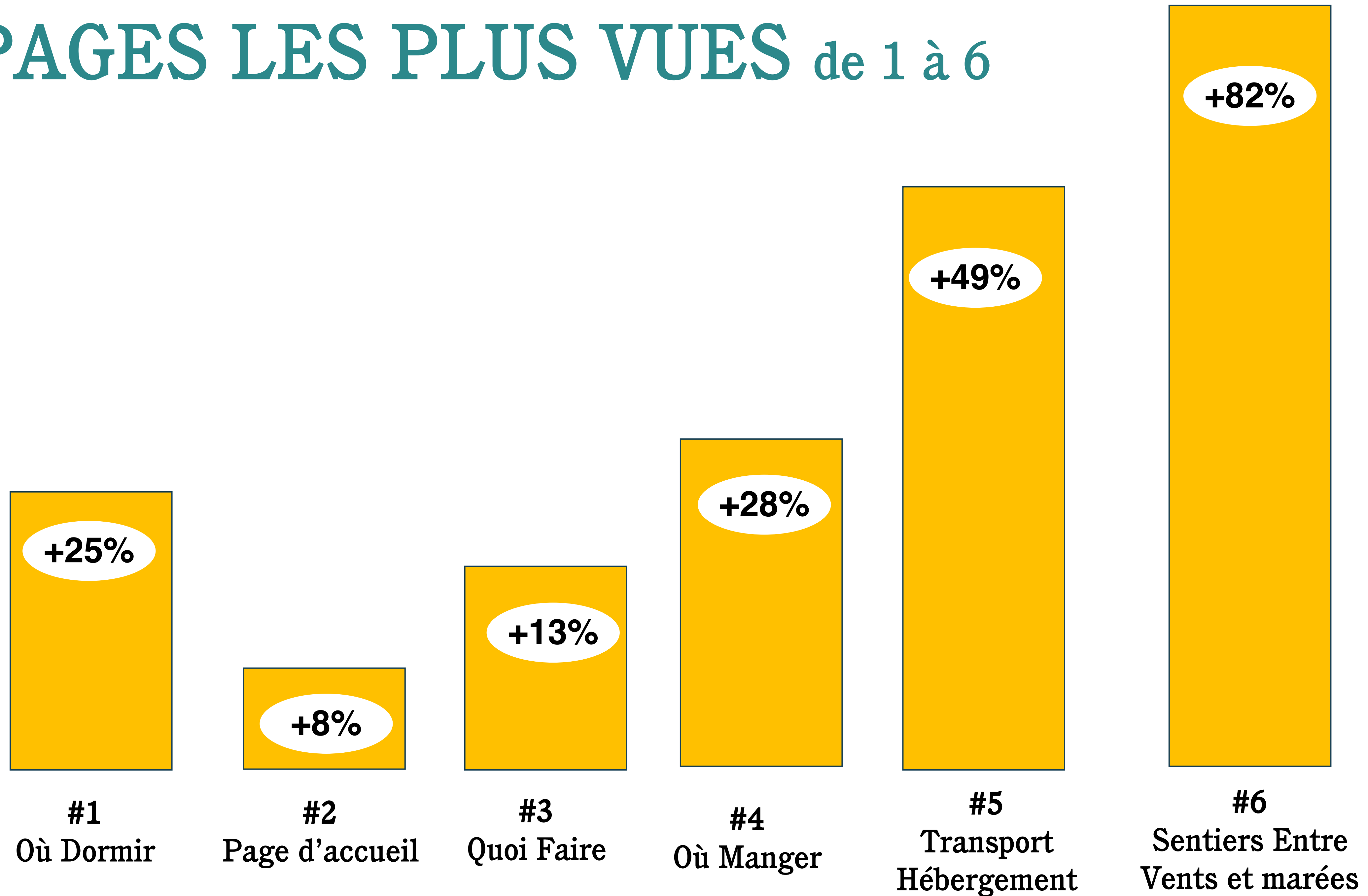
Montréal : 10%

Toronto : +5%

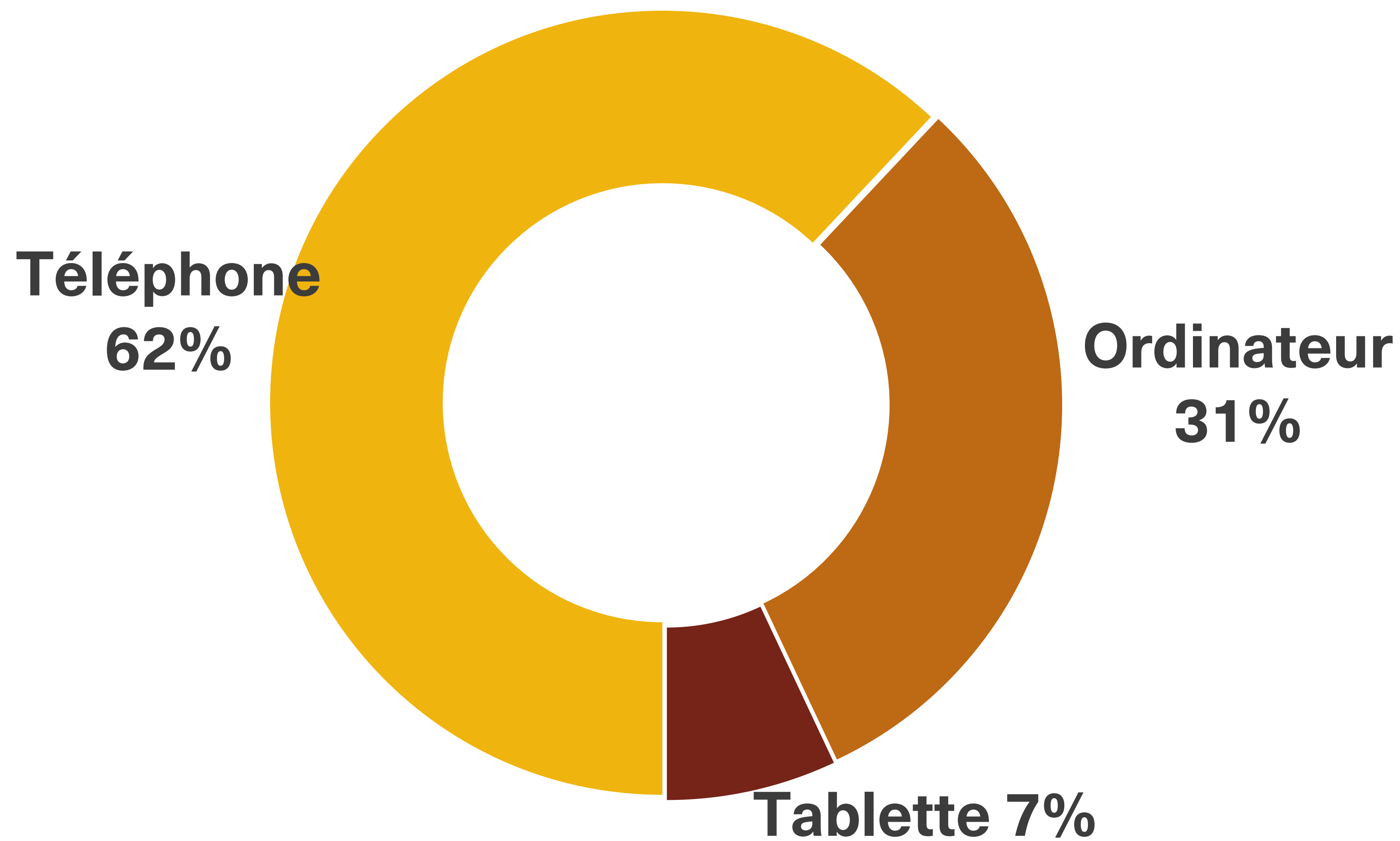
Halifax : +264%

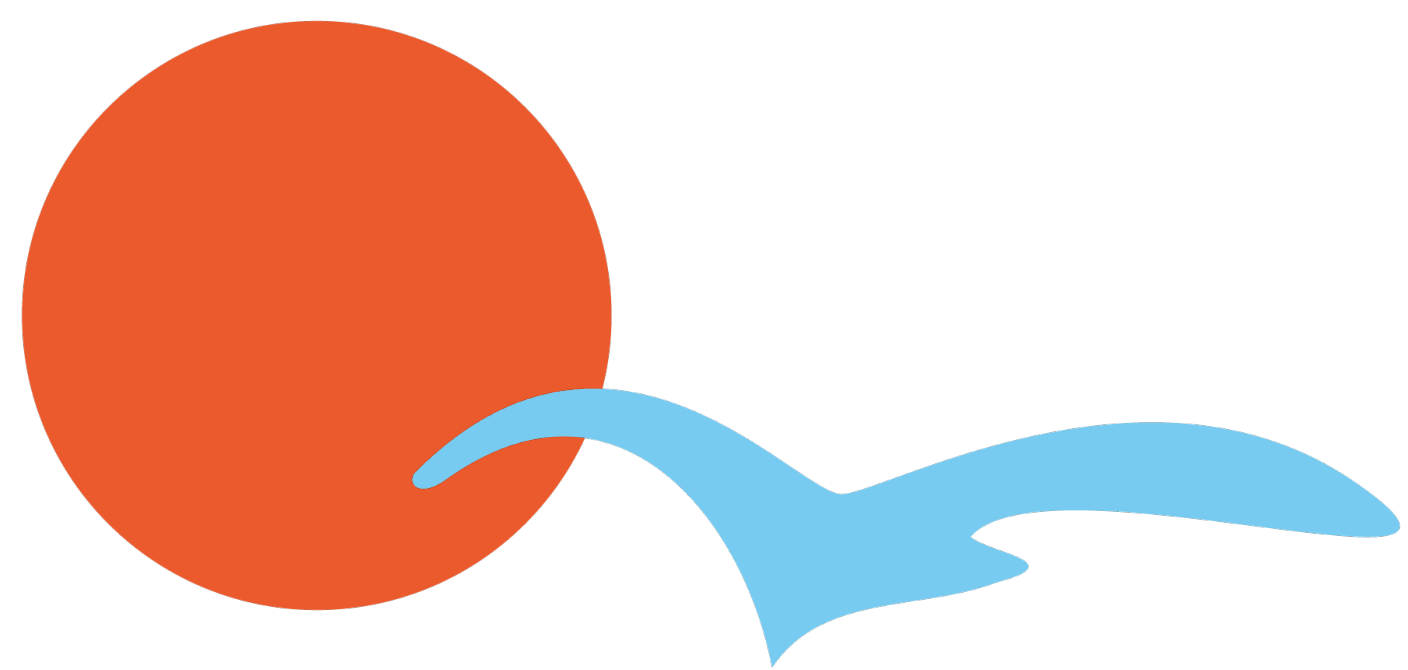
Fatima : +20%

PAGES LES PLUS VUES de 1 à 6



CATEGORIES D'APPAREIL





*BUREAU D'ACCUEIL ET
D'INFORMATION*

FRÉQUENTATION

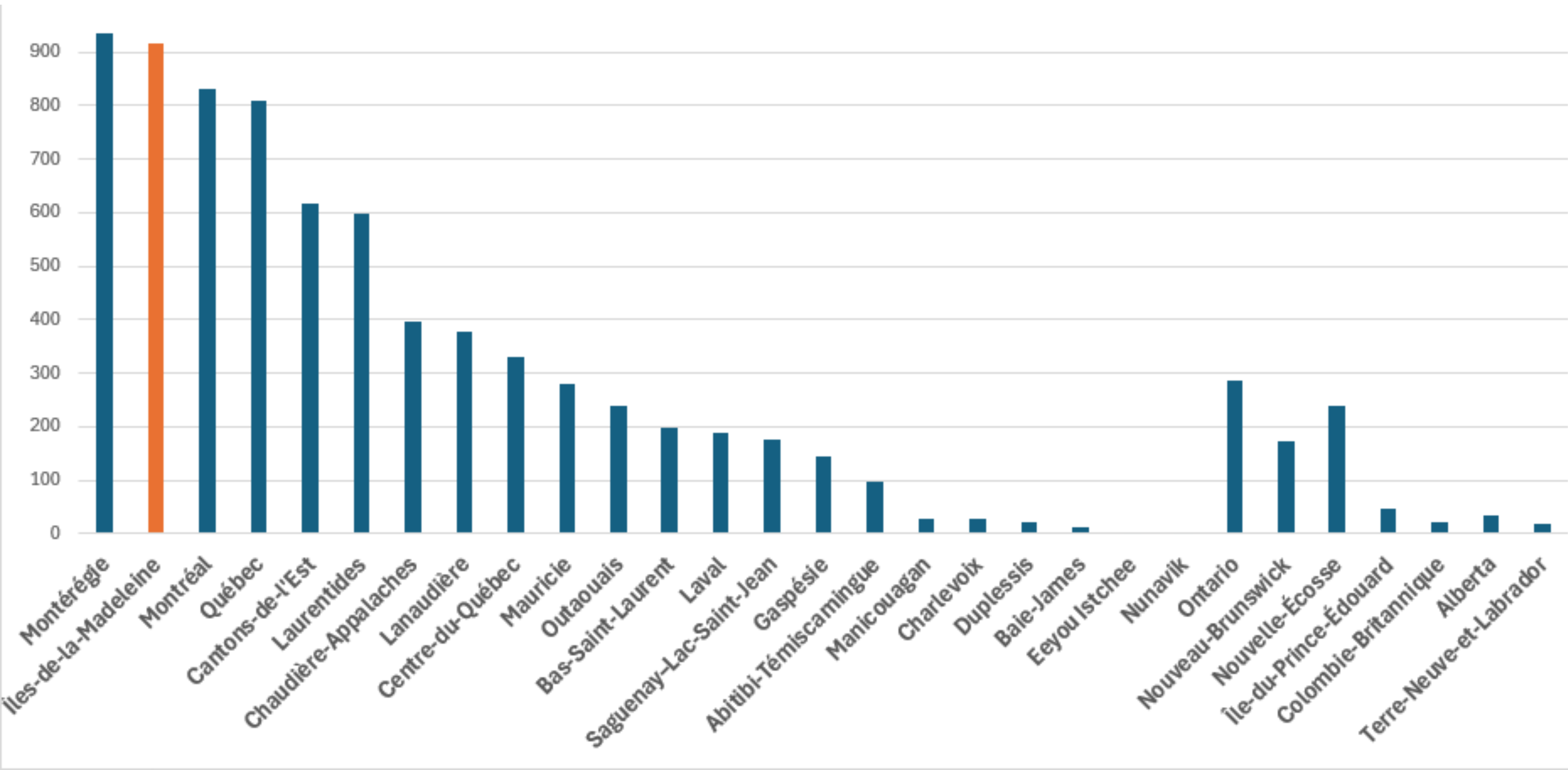
Plus de 4 600 actes d'accueil en 2025

55% de hausse comparée à 2024

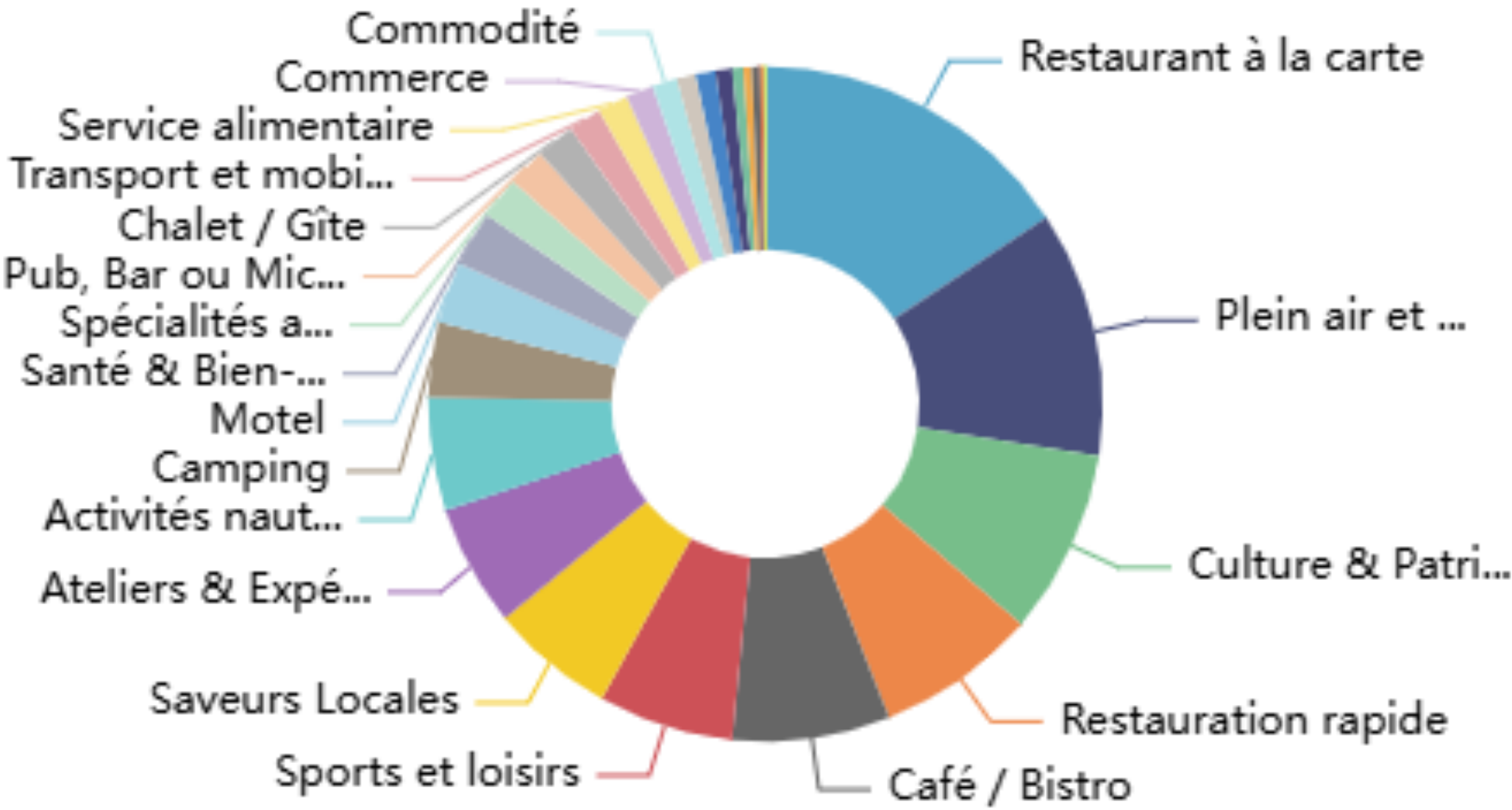
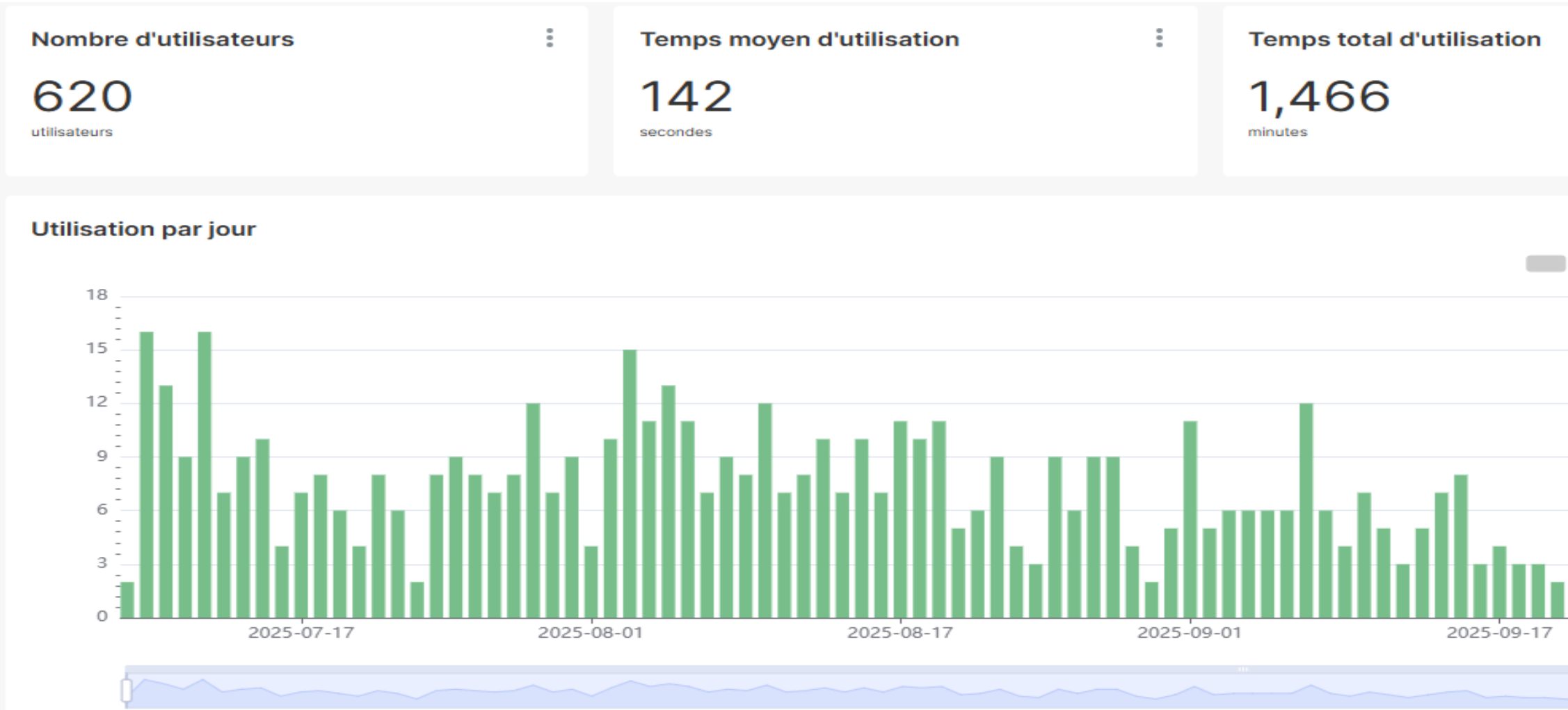
+100% de hausse des appels téléphoniques

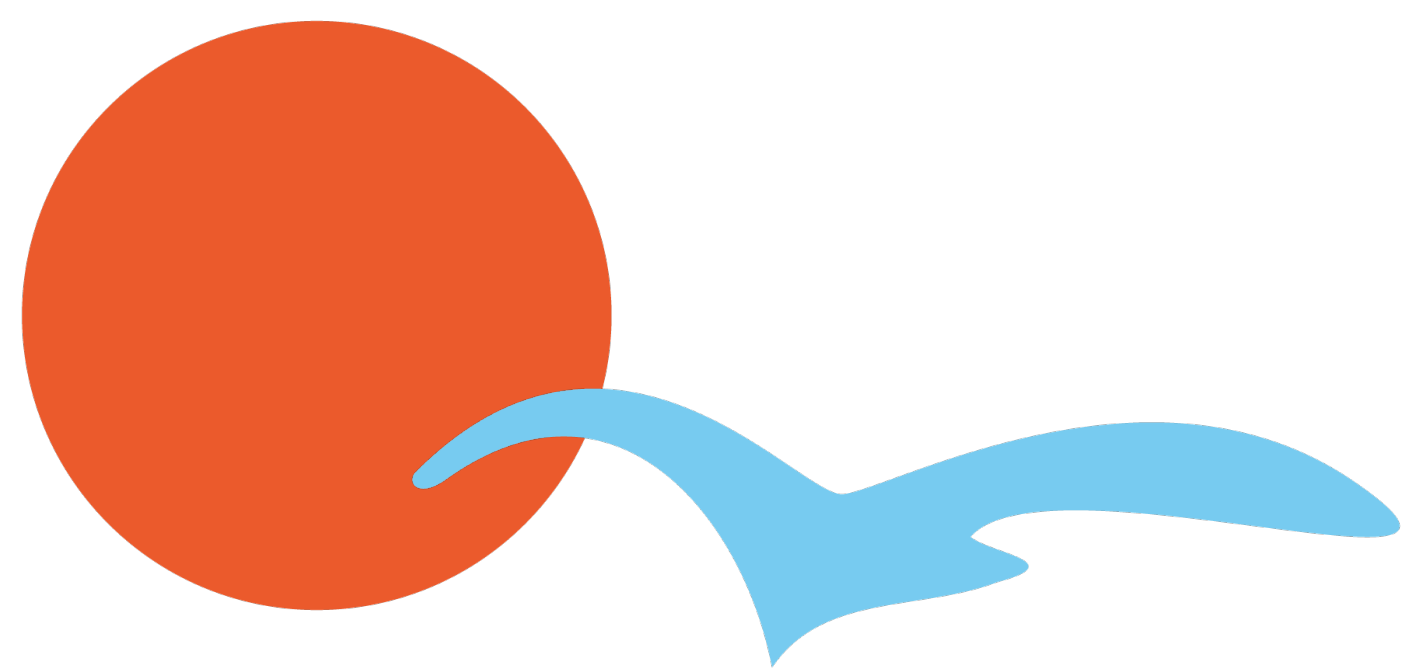
Plus des 2/3 sont venus pour la 1ère fois aux Îles

PROVENANCE des VISITEURS



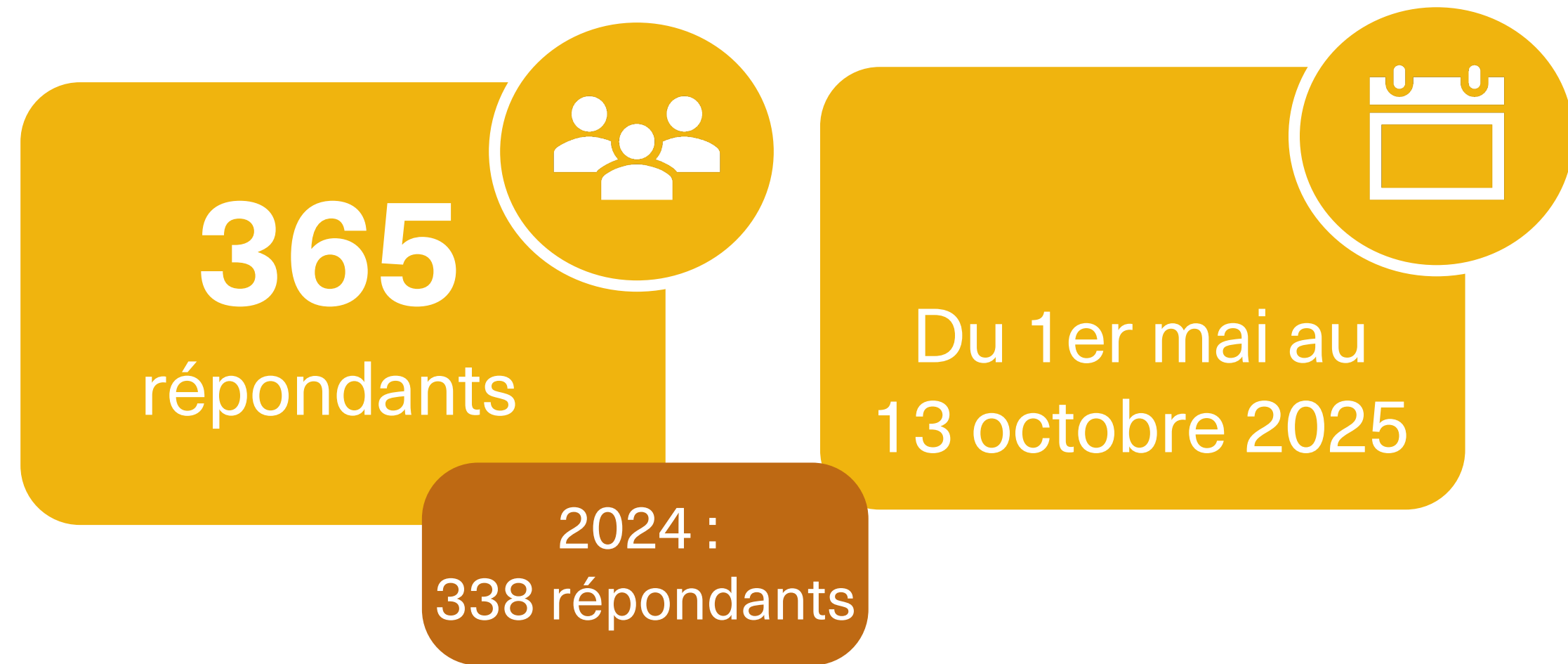
BORNE D'ACCUEIL NUMÉRIQUE



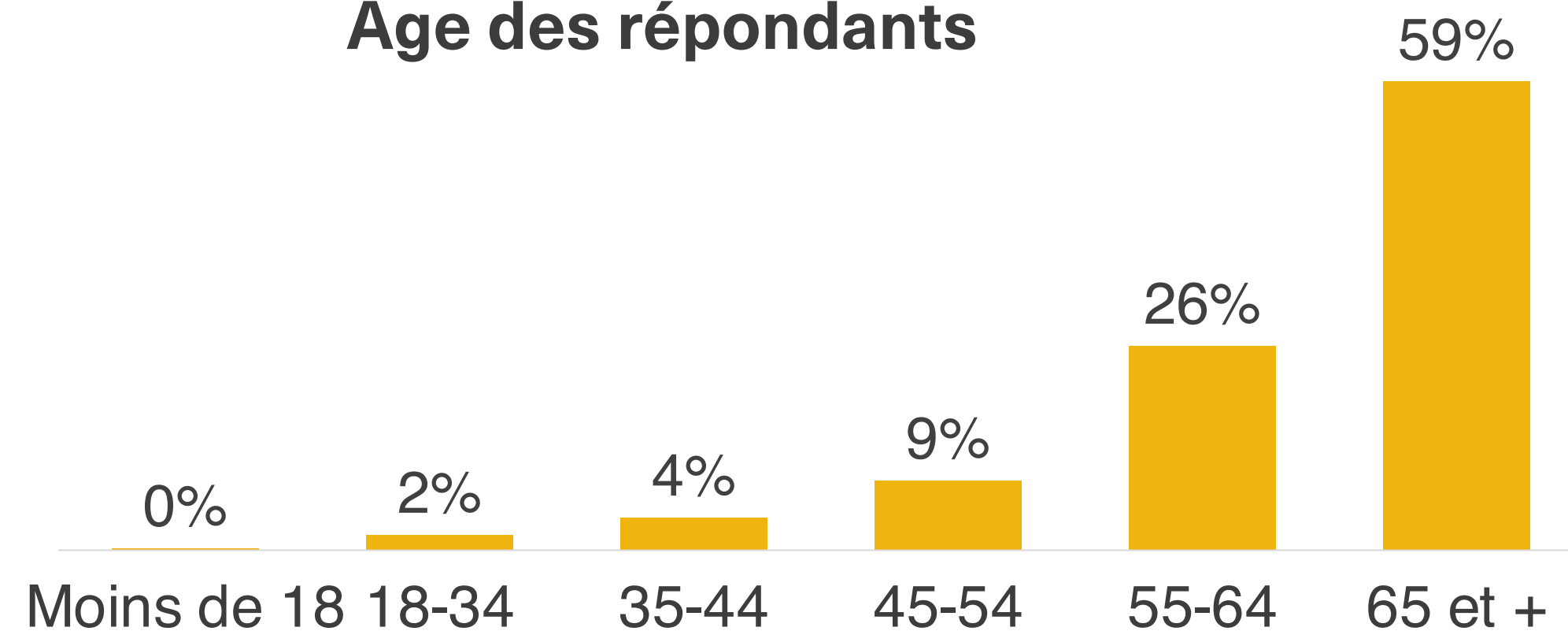


*SONDAGE DE
FIN DE SÉJOUR 2025*

MÉTHODOLOGIE

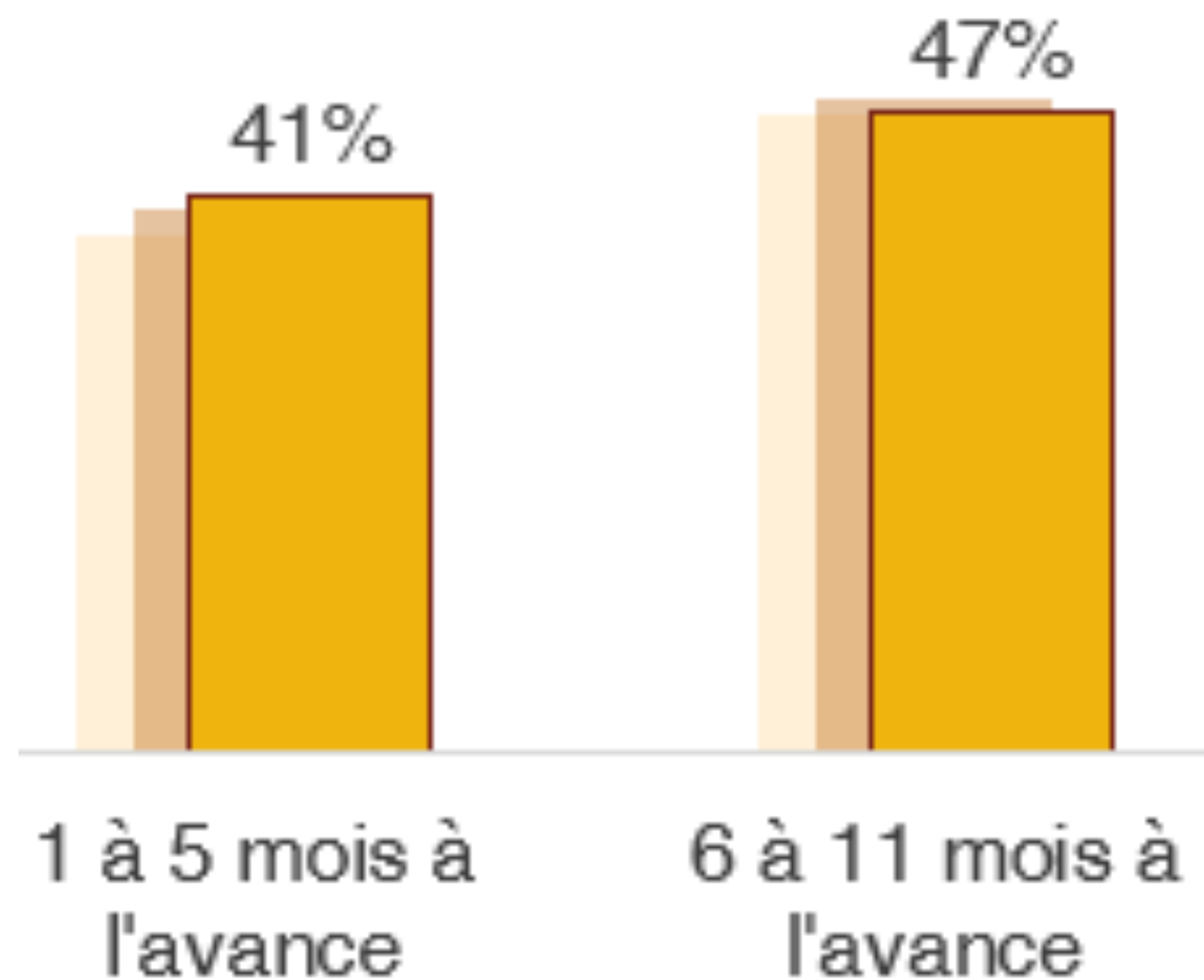


Âge des répondants



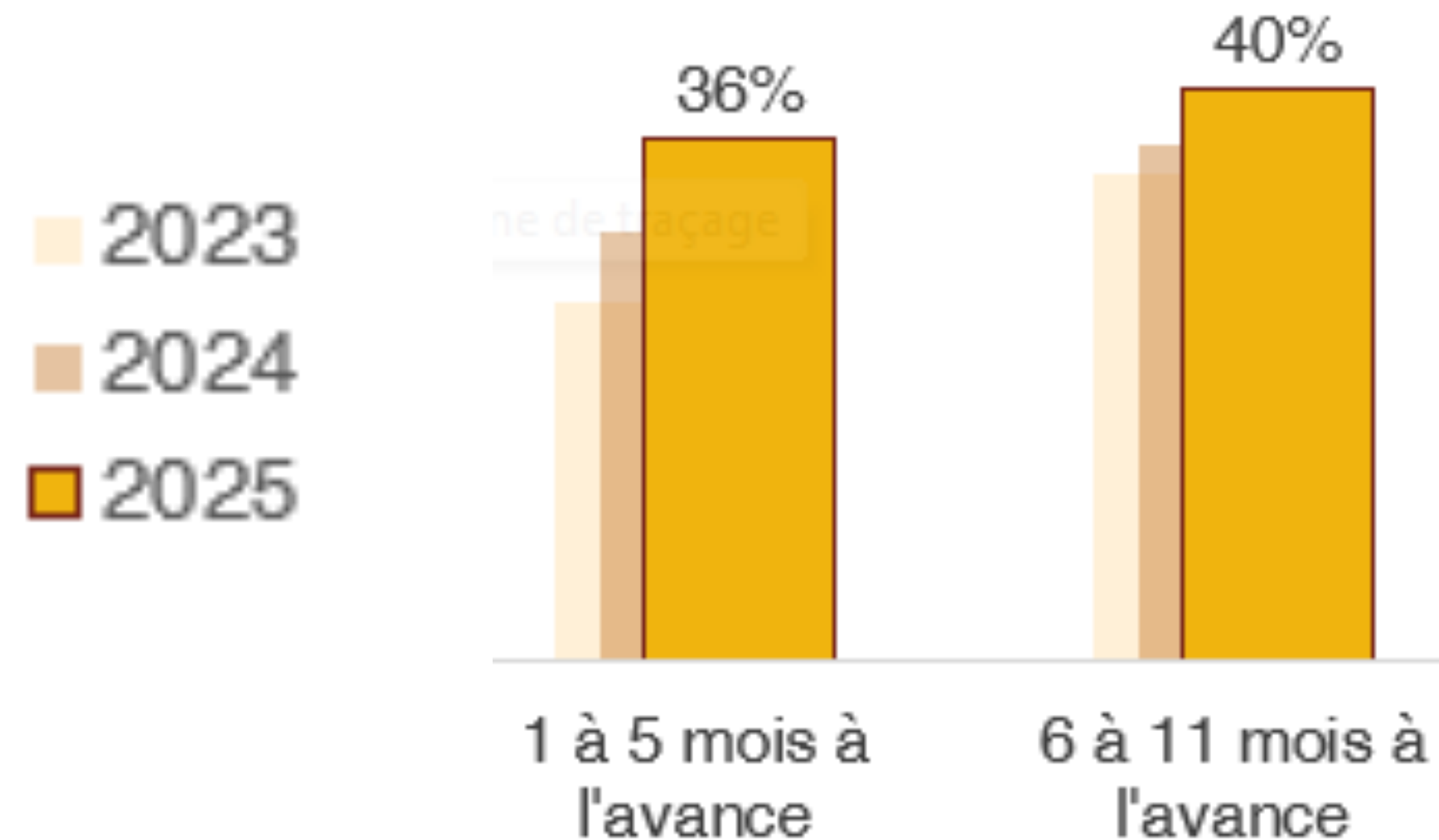
PLANIFICATION

Période de réservation du moyen de transport



47% des répondants réservent leur moyen de transport 6 à 12 mois d'avance.

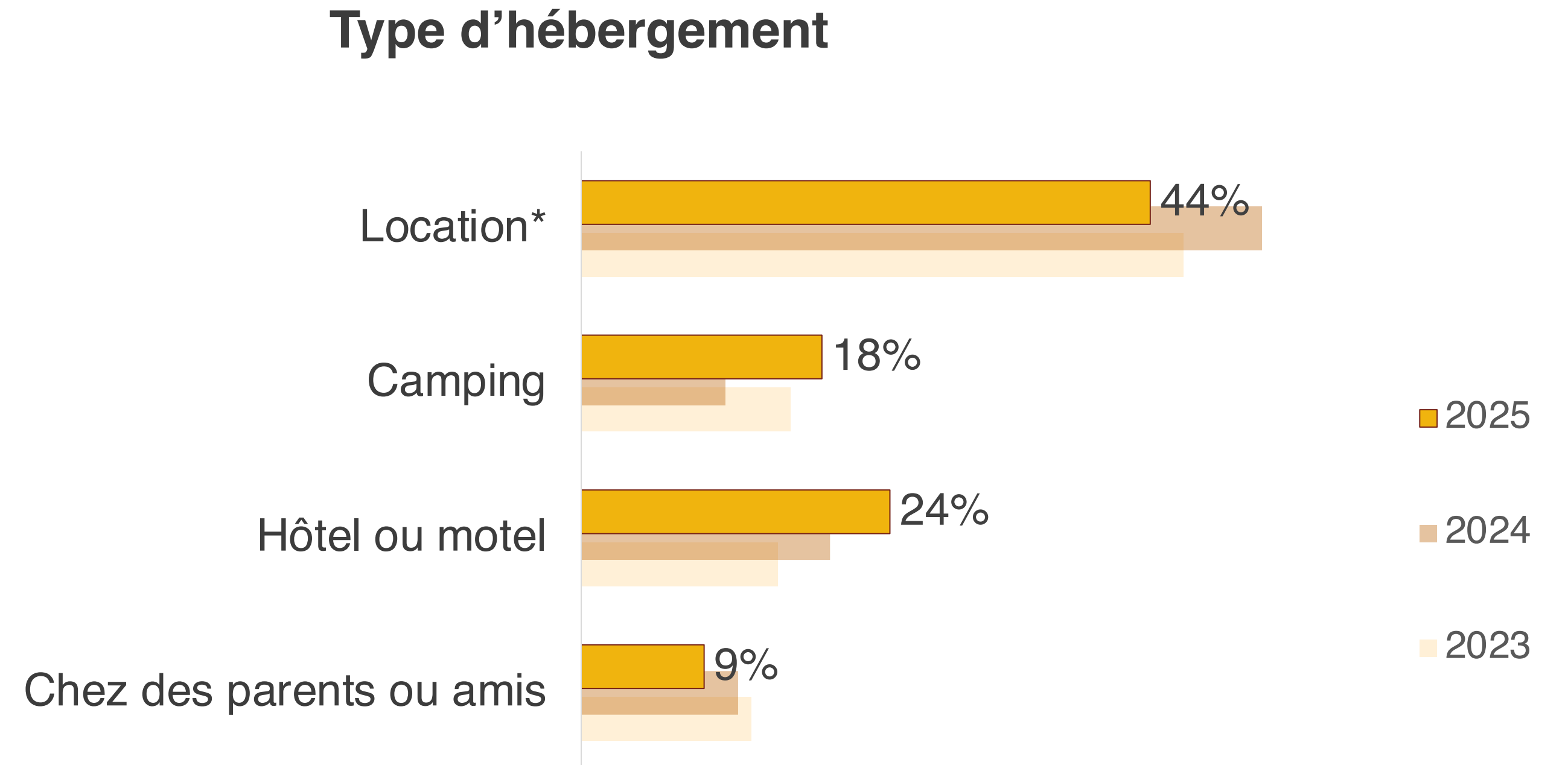
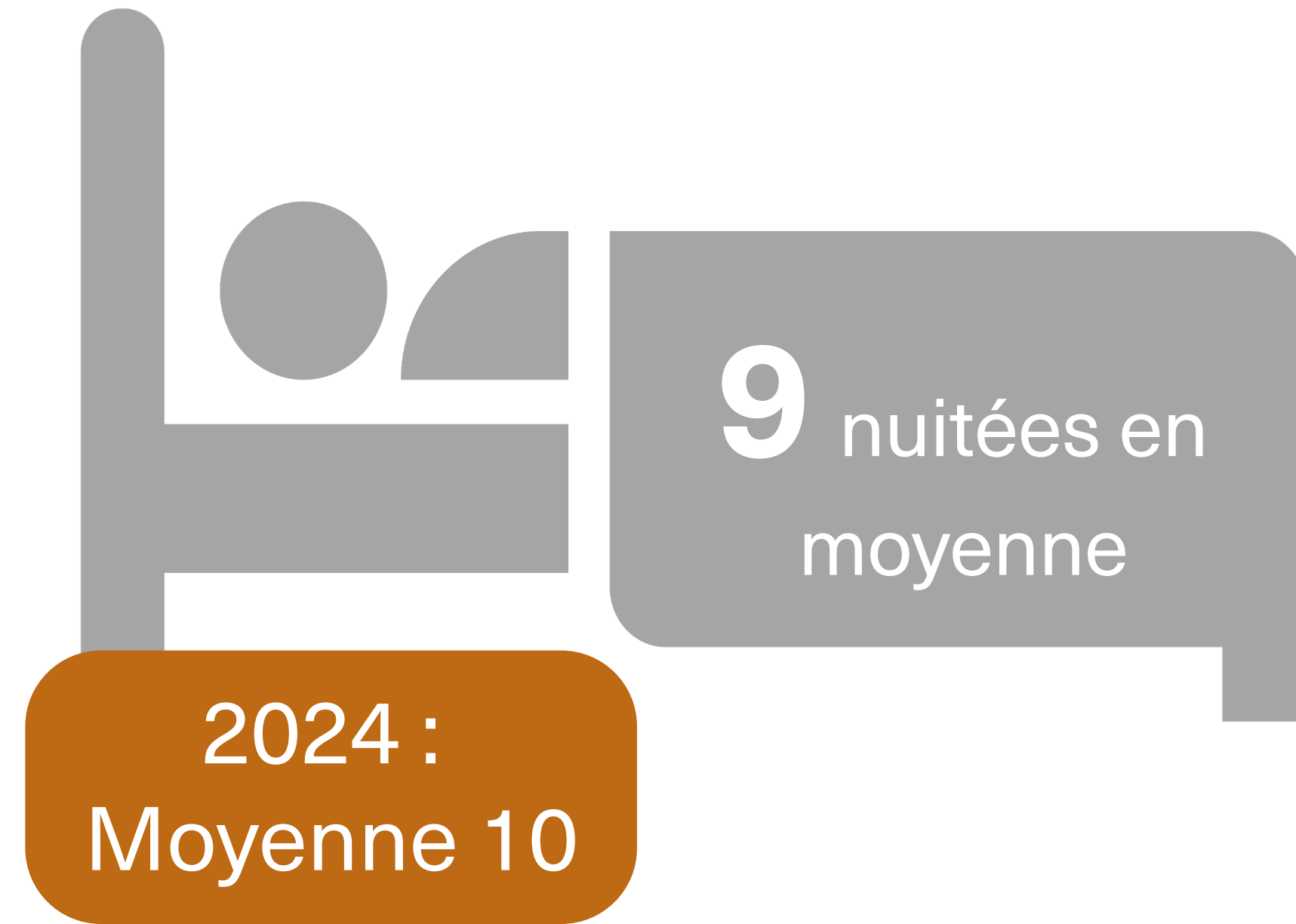
Période de réservation de l'hébergement



40 % des répondants réservent l'hébergement de 6 à 11 mois d'avance.

57 % ont réservé directement auprès de l'hébergement.

HÉBERGEMENT



1/3 des répondants effectue un séjour de 7 nuitées.
La location de maison demeure le principal type d'hébergement.

**Location d'appartement, maison ou chalet*

ACTIVITÉS DE PLEIN AIR

TOP 3 des activités de plein air effectuées durant le séjour



Randonnée
pédestre
68 %



Plage et baignade
65 %



Excursion en
bateau ou en
zodiac
30 %

ACTIVITÉS GOURMANDES

**TOP 3 des activités gourmandes ou
agrotouristiques effectuées durant le séjour**



Restaurant
85 %



Visite de producteur
78 %



**Boulangerie,
pâtisserie**
73 %

ACTIVITÉS CULTURELLES

**TOP 3 des activités culturelles
effectuées durant le séjour**



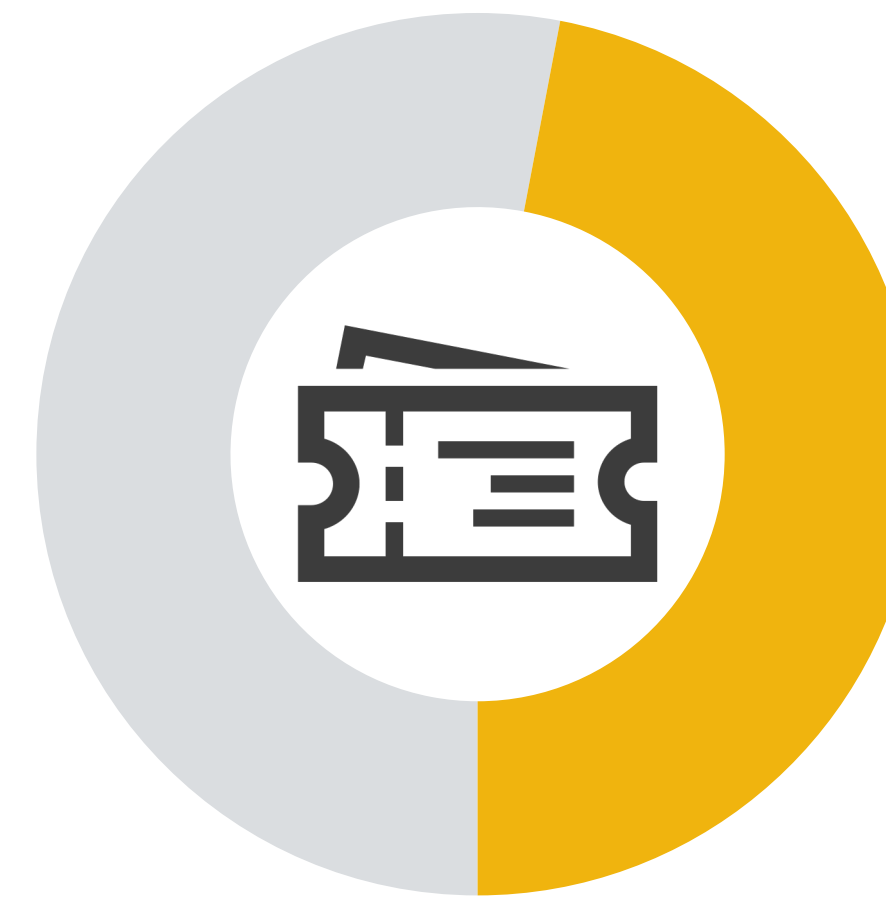
**Lieu public,
site historique**

83 %



**Boutique d'artisans
et métiers d'art**

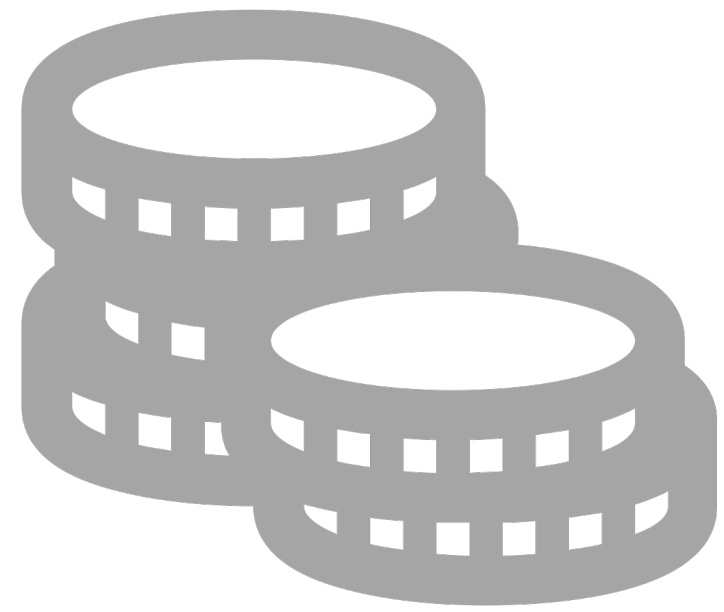
67 %



**Musée, Économusée et
centre d'interprétation**

53 %

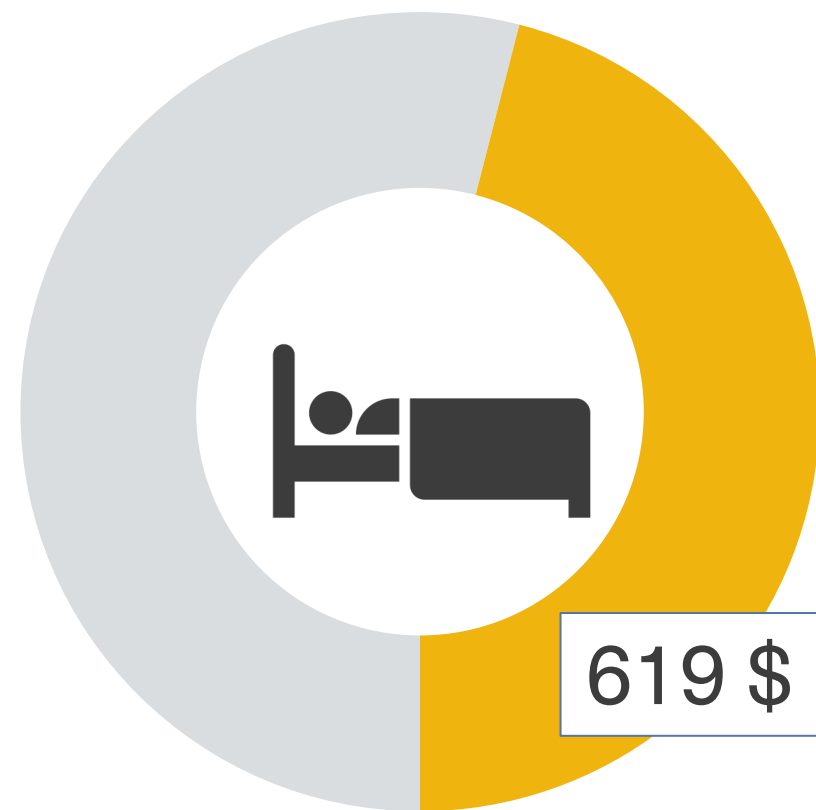
DÉPENSES



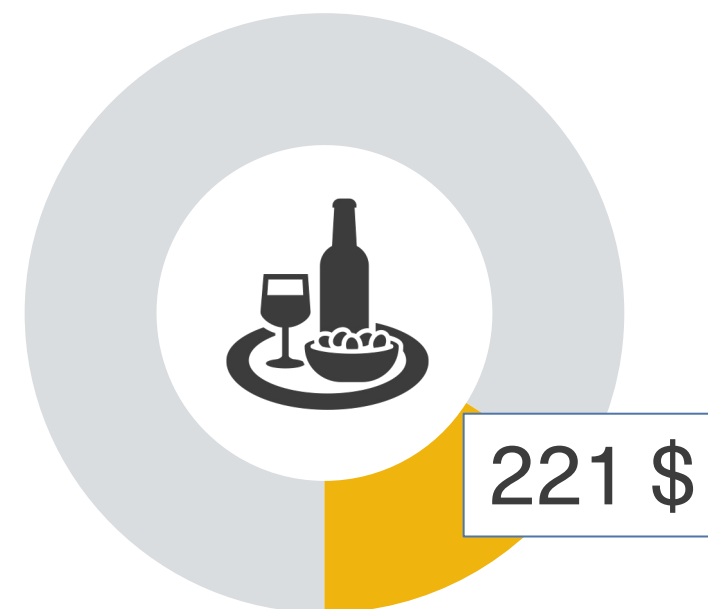
1 354 \$ CA

Dépenses moyennes
par visiteur, durant son séjour
aux Îles (hors transport)

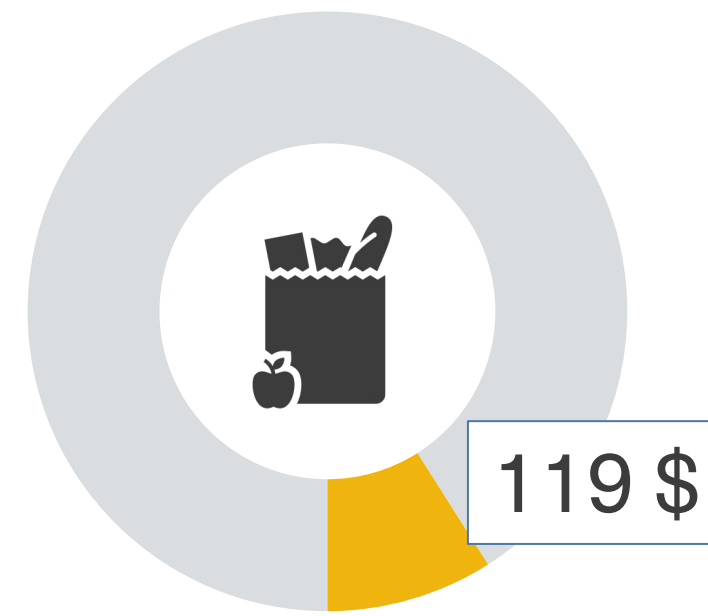
L'hébergement constitue
46 % des dépenses des
visiteurs
(hors transport).



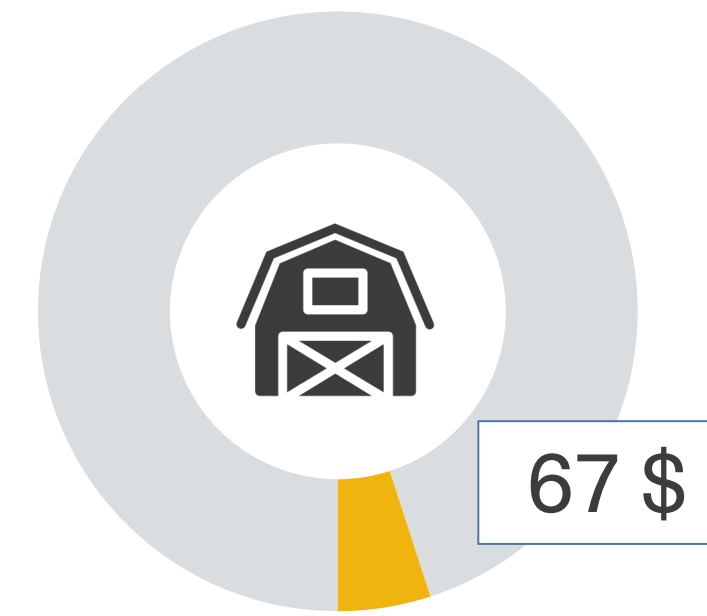
Hébergement
46 %



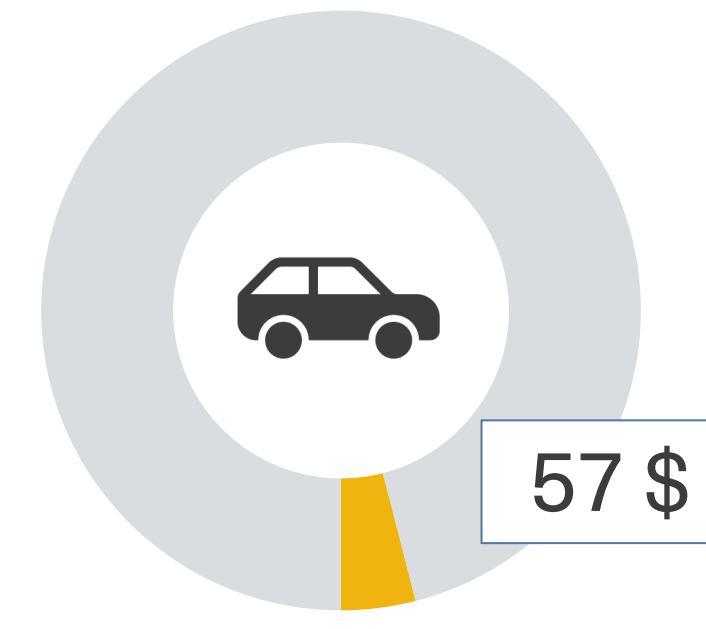
Restaurants,
cafés, bars
16 %



Nourriture et
boissons
9 %



Agrotourisme
et tourisme
gourmand
5 %



Location de
voiture
4 %

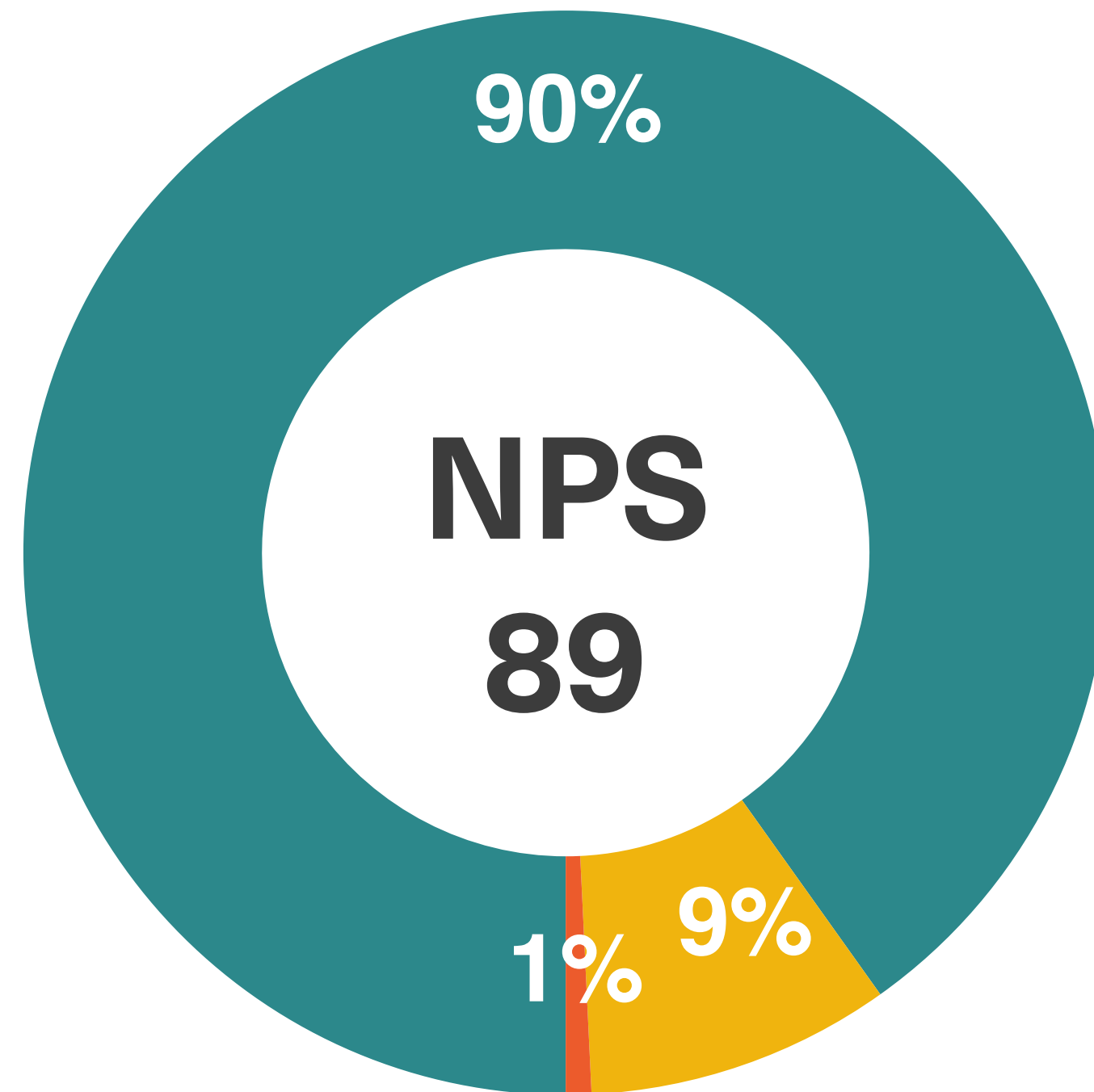
GUIDE TOURISTIQUE OFFICIEL



81 %

des répondants ont consulté le guide
officiel PENDANT leur séjour.
(82% en 2024)

NET PROMOTEUR SCORE



« Quelle est la probabilité que vous recommandiez un séjour aux Îles de la Madeleine à votre entourage ? »

90 % des répondants sont des «promoteurs» de la destination.

NPS

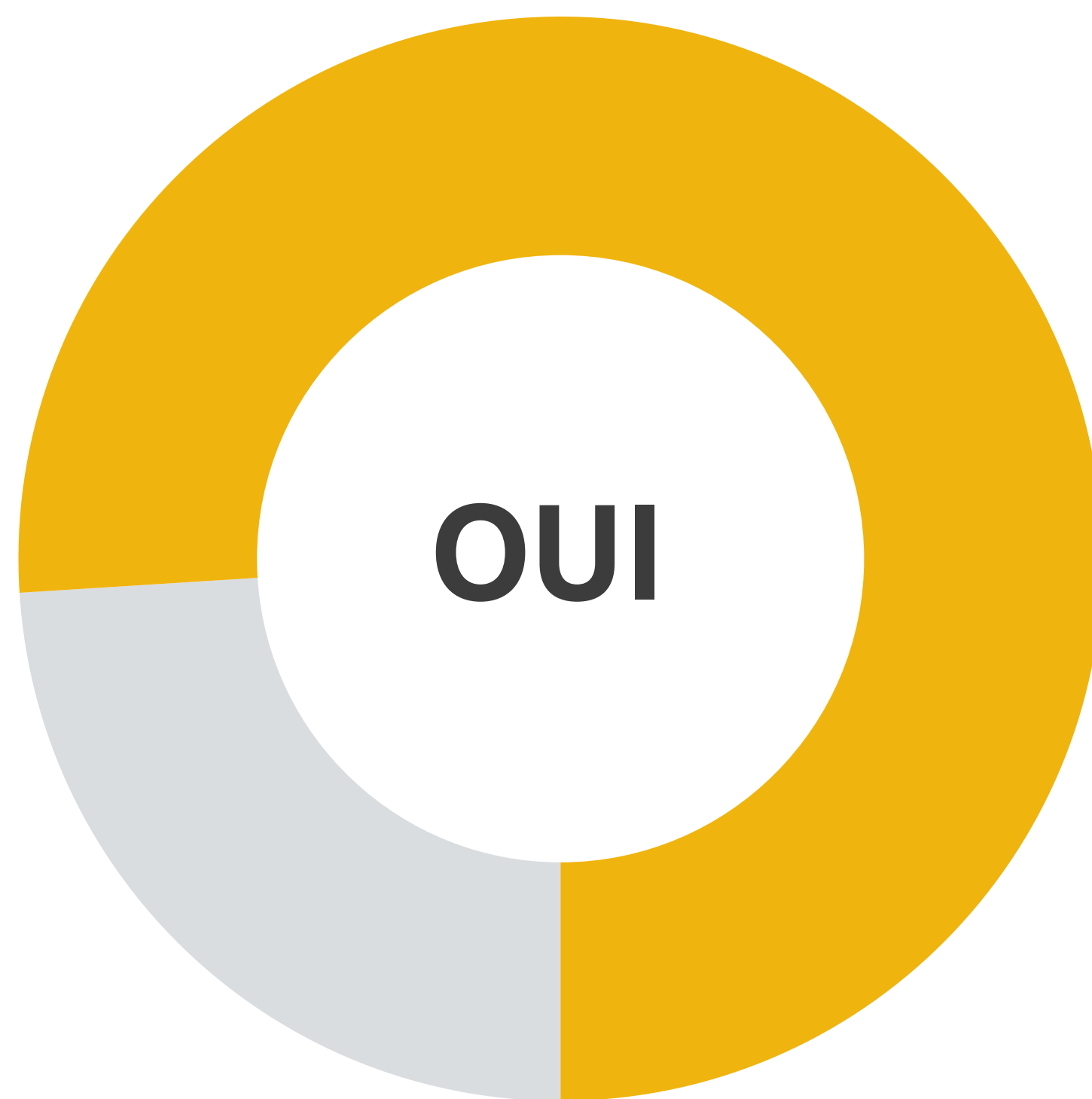
=

% Promoteurs

–

% Détracteurs

« Avez-vous l'intention de revenir aux Îles de la Madeleine ? »



76 % des répondants
ont l'intention de revenir



À quelle saison?

Printemps : 16 %

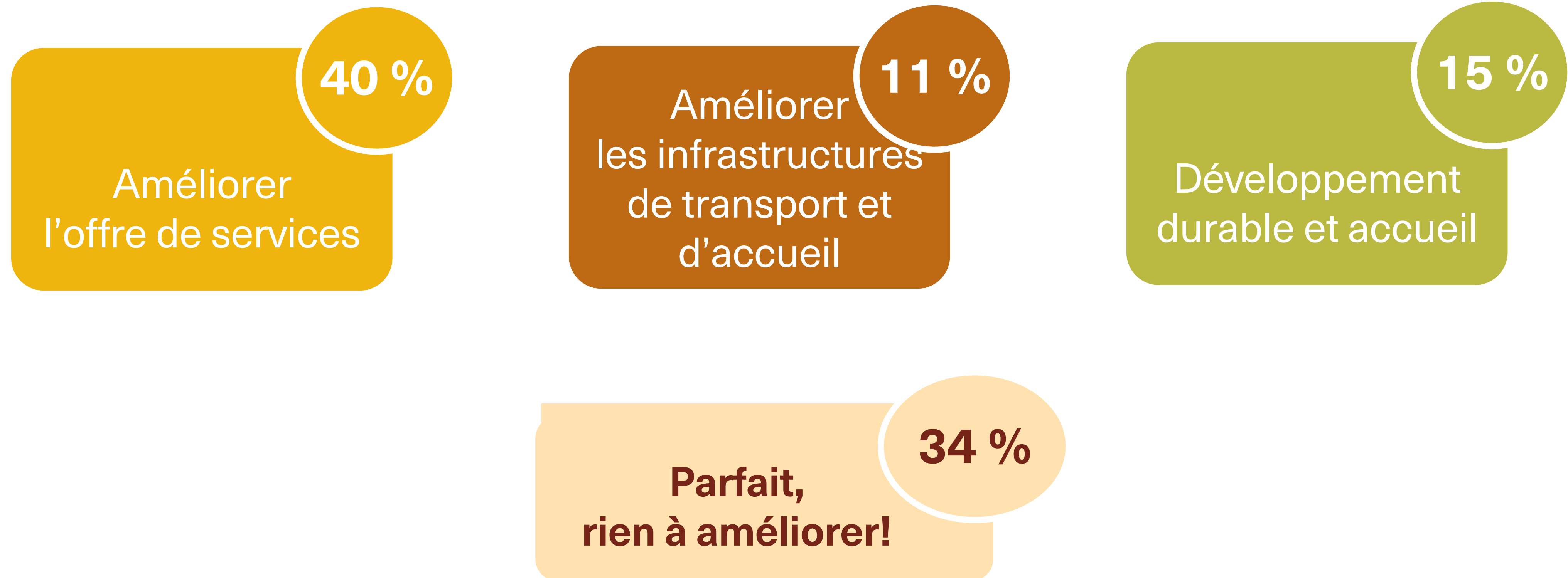
Été : 69 %

Automne : 36 %

Hiver : 11 %

RECOMMANDATIONS

Quelles seraient vos recommandations pour vous faire vivre un séjour exceptionnel lors d'une prochaine visite?



CAMPAGNE «Aux Îles, je m'engage»



67 % des
répondants ont
vu ou entendu
cette campagne

Parmi ceux qui ont vu/entendu la
campagne, voici sur quels médias

1 — Site Web de Tourisme Île de la Madeleine

58 %

2 — Sur les écrans à bord du traversier

51 %

3 — Facebook de Tourisme Île de la Madeleine

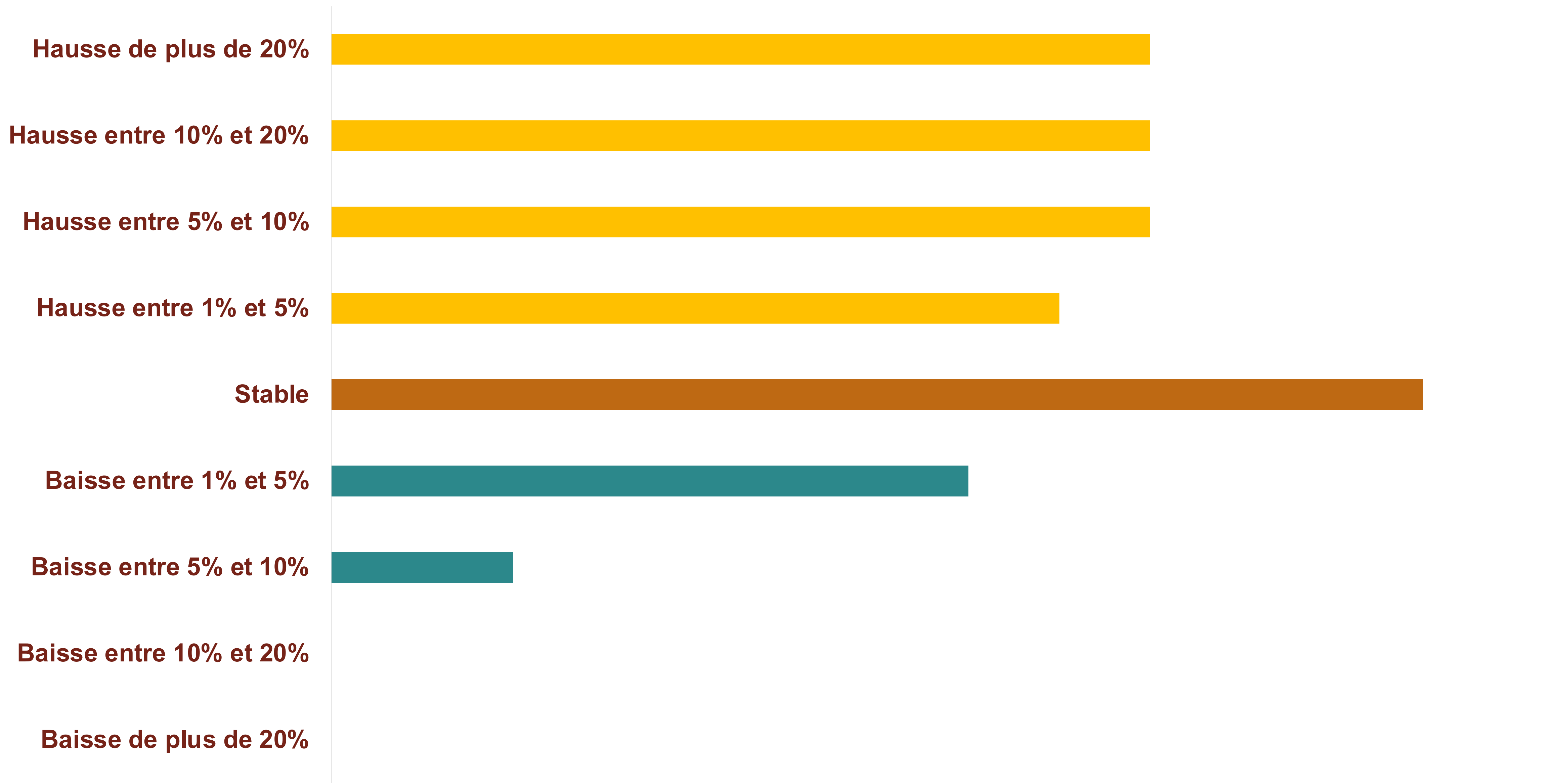
34 %



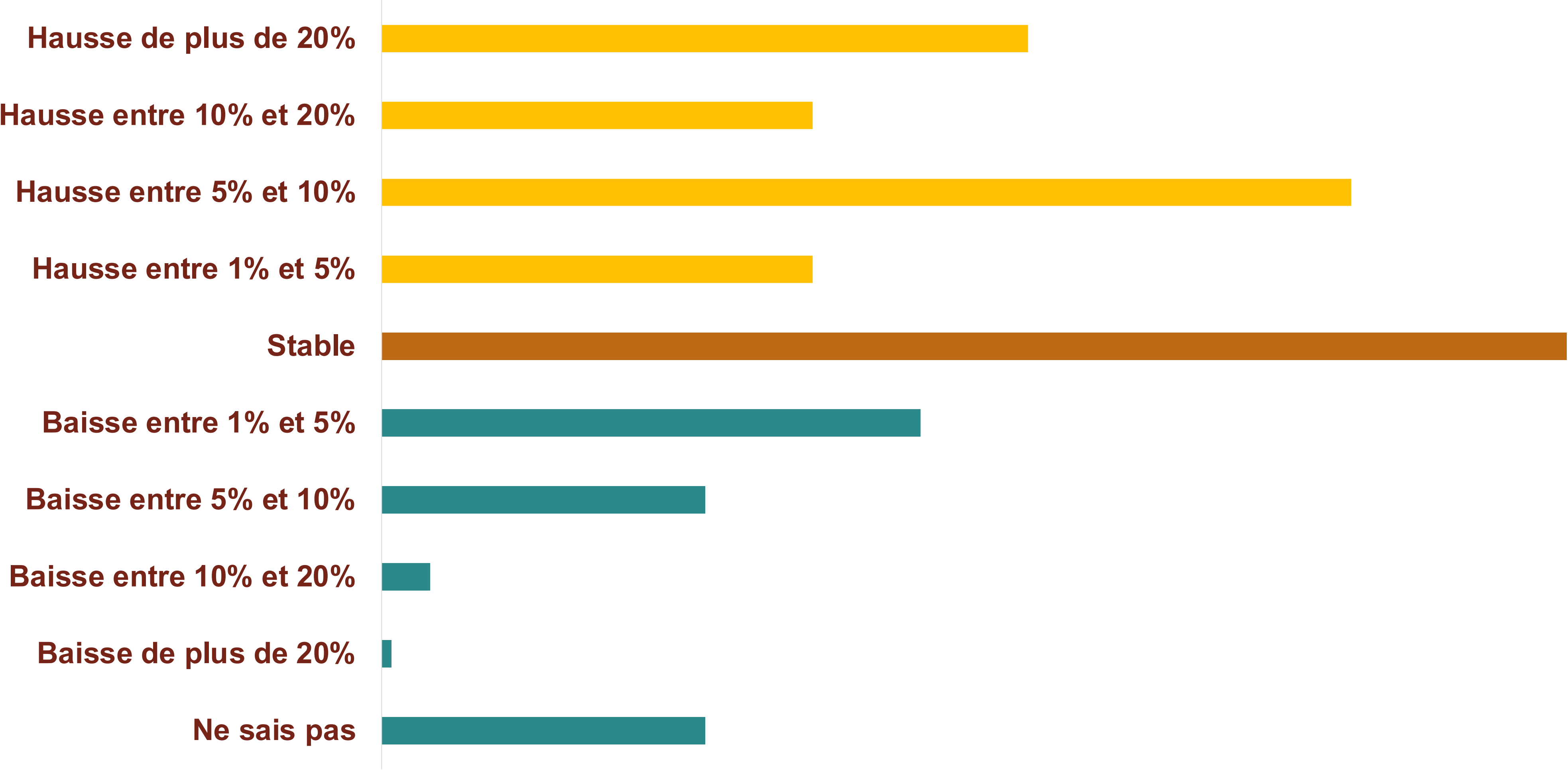
BILAN DE SAISON 2025 DES ENTREPRISES

Données recueillies auprès de 55 entreprises touristiques

ACHALANDAGE DES ENTREPRISES



CHIFFRES D’AFFAIRES DES ENTREPRISES



BILAN DES ENTREPRISES EN BREF :

Achalandage

- 63 % des répondants observent une hausse d'achalandage par rapport à 2024
- 21 % rapportent une stabilité

Achalandage par mois

- Les mois de juin et septembre se démarquent, avec une hausse marquée selon 48 % des répondants
- 29 % des répondants ont observé une hausse en mai, comparativement à 20 % en 2024

Satisfaction générale

- La saison touristique 2025 est jugée excellente ou satisfaisante par 82 % des répondants



*BILAN DES CROISIÈRES
INTERNATIONALES*

	2025	2024
Escales programmées	31	45
<i>Escales annulées</i>	<i>-6</i>	<i>-16 dont 15 à l'ancre</i>
Escales réalisées	25	29
<i>Navires à l'ancre 88% croisiéristes</i>	<i>18</i>	<i>15</i>
<i>Navire à quai 12% croisiéristes</i>	<i>7</i>	<i>14</i>
Nombre de croisiéristes	9 300	5 900



BILAN DES ENTRÉES À DESTINATION (minimum 1 nuitée)

Données de mai à octobre transmises par les transporteurs

RÉPARTITION DES ENTRÉES PAR SAISON

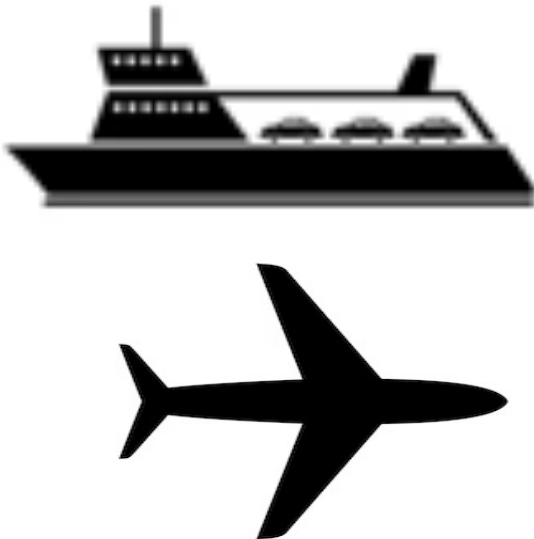
<i>Périodes</i>	<i>Entrées 2025</i>	<i>% des entrées de 2025</i>	<i>Entrées 2024</i>	<i>% des entrées de 2024</i>	<i>2025 versus 2024</i>
<i>Mai et juin</i>	<i>14 800</i>	<i>21%</i>	<i>13 350</i>	<i>22%</i>	<i>+11%</i>
<i>Juillet et août</i>	<i>44 100</i>	<i>63%</i>	<i>39 150</i>	<i>63%</i>	<i>+13%</i>
<i>Sept. et oct.</i>	<i>10 900</i>	<i>16%</i>	<i>9 300</i>	<i>15%</i>	<i>+17%</i>
<i>Total entrées</i>	<i>69 800</i>		<i>61 800</i>		

Achalandage 2025 : 69 800 visiteurs

RÉPARTITION DES ENTRÉES PAR MOYEN D'ACCÈS

<i>Entrées 2025</i>	<i>% des entrées par moyen d'accès en 2025</i>	<i>Entrées 2024</i>	<i>% des entrées par moyen d'accès en 2024</i>	<i>Variation de 2025 comparée à 2024</i>
44 250	63%	41 900	68%	+6%
25 550	37%	19 900	32%	+28%
69 800		61 800		+13%

Achalandage 2025 : 69 800 visiteurs



ENTRÉES À DESTINATION DE 2005 à 2025

