

Analyse des résultats

15 novembre 2024

BILAN DE LA SAISON TOURISTIQUE 2024

Sondage auprès des entreprises du secteur de
l'agrotourisme et du tourisme gourmand.

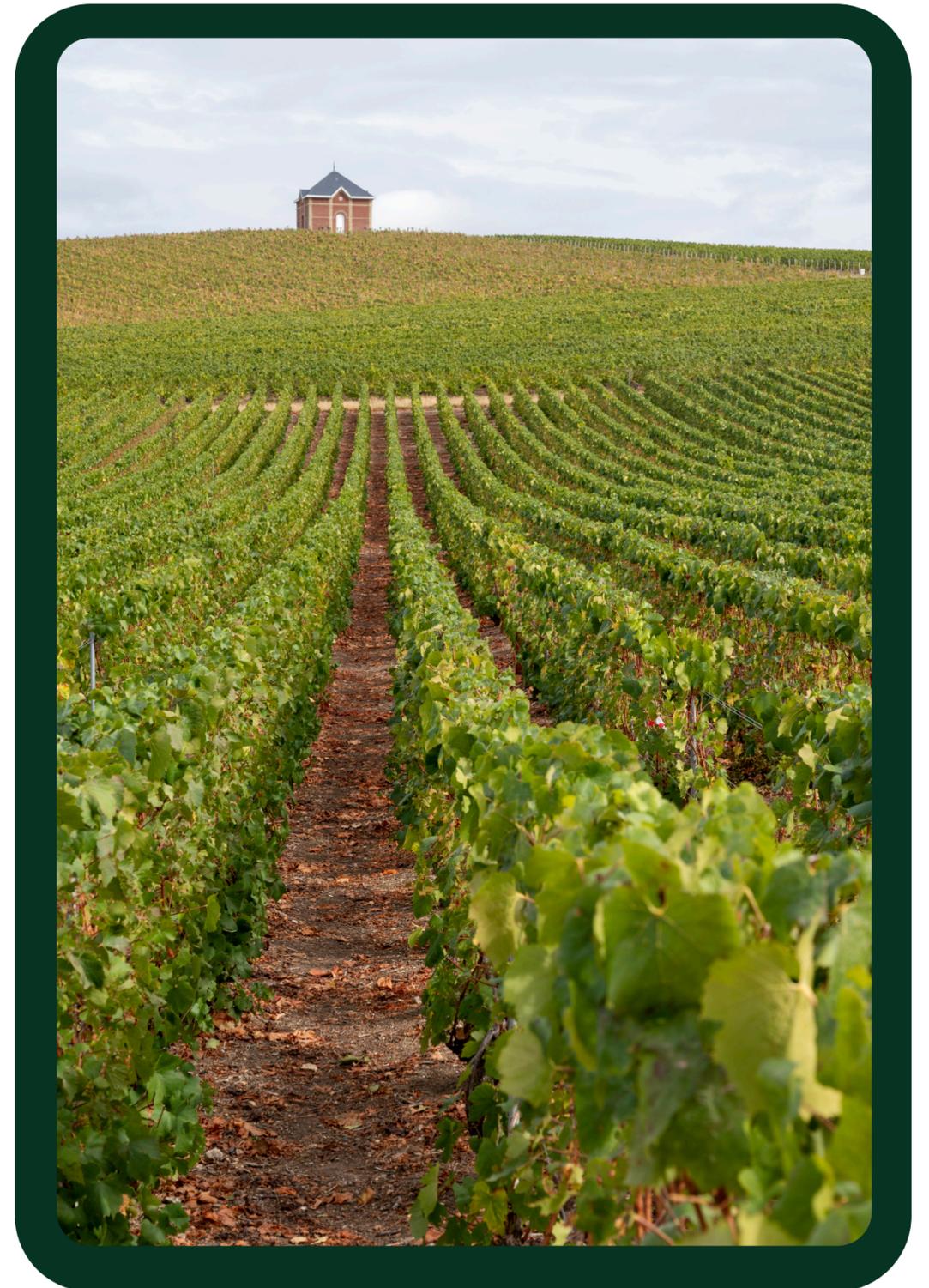
**TERROIR
ET SAVEURS
DU QUÉBEC**

ASSOCIATION DE L'AGROTOUTRISME ET
DU TOURISME GOURMAND DU QUÉBEC



LJM CONSEIL

Développement touristique · Stratégie · Marketing



SOMMAIRE

- 1 Méthodologie
- 2 Profil des répondants
- 3 Bilan de la saison 2024
- 4 Conclusions



1

MÉTHODOLOGIE

Une collecte sur 2 semaines
159 questionnaires complétés



L'Association de l'agrotourisme et du tourisme gourmand du Québec (AATGQ), dans son approche de consultation du secteur, a souhaité sonder les entreprises touristiques sur le bilan de leur saison touristique 2024.

Des sondages, effectués avec la même méthodologie ont été réalisés après les saisons 2020, 2021, 2022 et 2023 avec des questionnaires comprenant certaines questions similaires.

Le nombre de répondants s'élève à 159, échantillon permettant encore une fiabilité suffisante pour l'analyse des résultats sur l'ensemble des réponses.

Le questionnaire a été envoyé par courriel à plus de 2 954 entreprises, membres, abonnés à l'infolettre et entreprises de la base de données de l'AATGQ. Cette dernière a demandé à ses partenaires de diffuser le sondage auprès d'entreprises et mentionné le questionnaire dans ses communications et ses réseaux sociaux, pour augmenter le nombre de répondants. De ce fait, il n'est pas possible de calculer un taux de réponse et d'analyser la représentativité de l'échantillon de répondants par rapport à la population de référence par catégorie d'entreprises.

La collecte a été effectuée sur une période de deux semaines. Un courriel d'invitation à répondre au sondage a été envoyé le 21 octobre 2024 aux entreprises et des relances ont été réalisées avant de clore le sondage le 8 novembre.

2

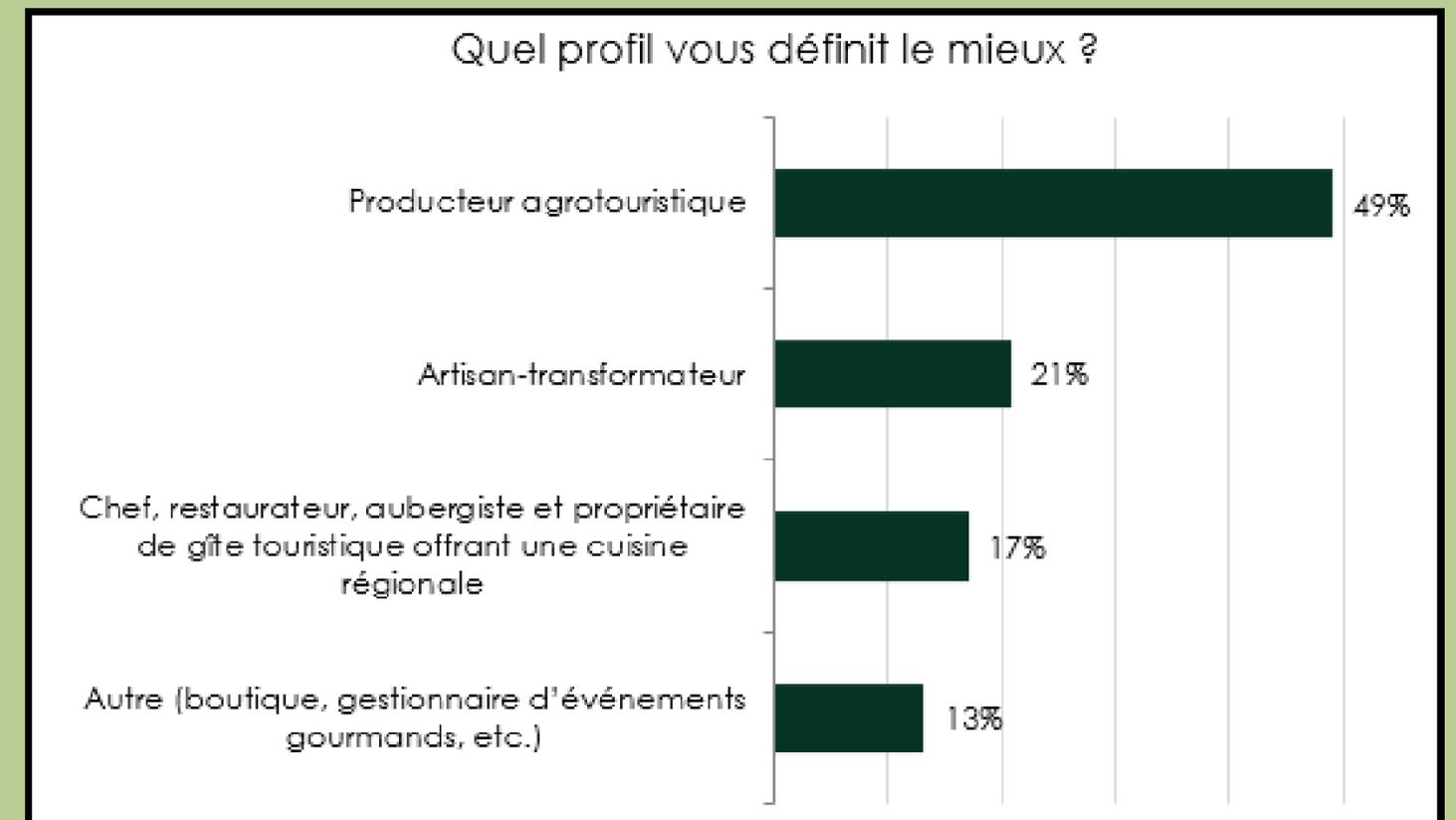
PROFIL DES RÉPONDANTS



2.1 SECTEURS D'ACTIVITÉS

Définitions

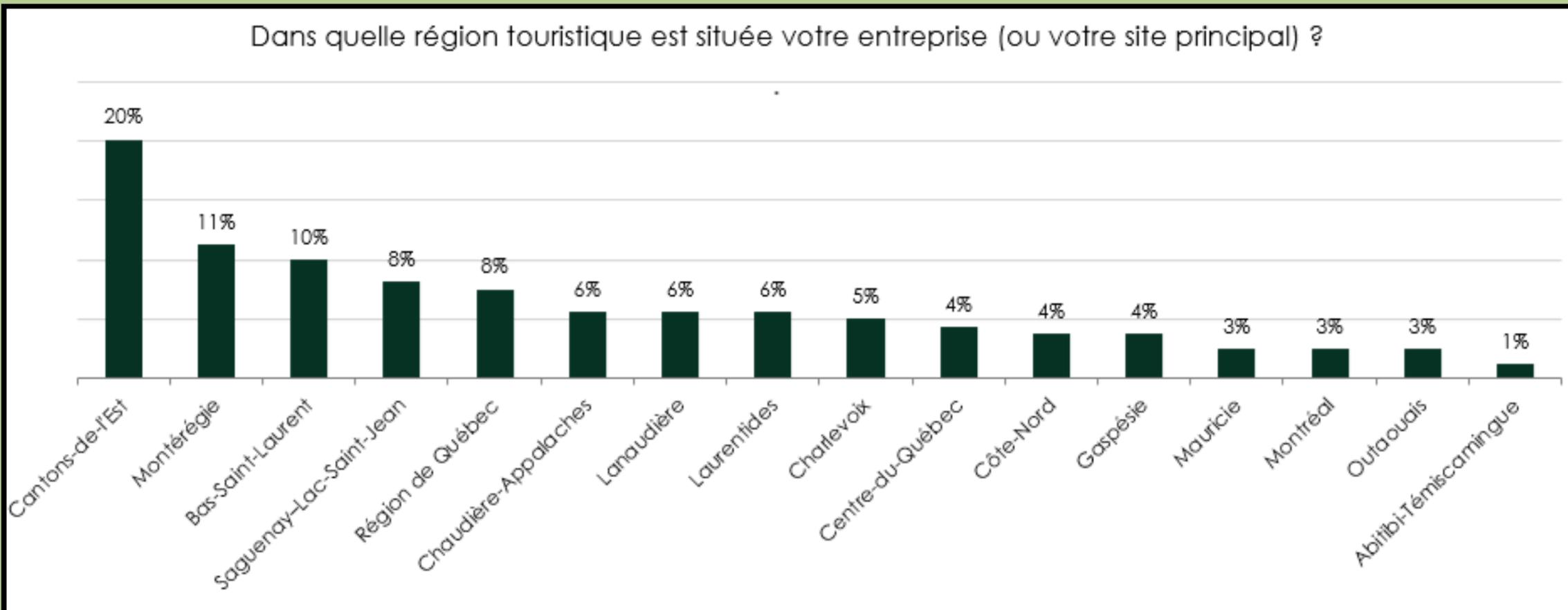
- ✓ **Producteur agrotouristique** offrant l'un ou les services suivants: vente de produits, visites/animation/interprétation, dégustation commentée, autocueillette, restauration, hébergement, etc.)
- ✓ **Artisan transformateur** offrant l'un ou les services suivants: vente de produits, restauration, hébergement, visites/animation/interprétation, dégustation commentée, etc.).
- ✓ **Chef, restaurateur, aubergiste et propriétaire de gîte touristique** offrant une cuisine régionale
- ✓ **Autres:** propriétaire d'une boutique de produits du terroir sans autre service, gestionnaire d'événements gourmands, etc.



Parmi les répondants, la moitié, soit 49%, se définissent comme étant des producteurs d'activités agrotouristiques et 21% en tant qu'artisan transformateur. 17% des répondants sont dans le domaine de la restauration ou de l'hébergement offrant une cuisine régionale. 13% ont indiqué œuvrer dans d'autres domaines.

2.2

SITUATION GÉOGRAPHIQUE DES ENTREPRISES



Les répondants proviennent de presque toutes les régions du Québec.

3 régions totalisent 4% des répondants.

En effet, les Cantons-de-l'Est représentent 20% des répondants, tandis que la Montérégie et le Bas-Saint-Laurent en comptent respectivement 11% et 10%.

2.2

SITUATION GÉOGRAPHIQUE ET PROFIL DES ENTREPRISES

Région	Producteur agrotouristique	Artisan-transformateur	Chef, restaurateur, aubergiste et propriétaire de gîte touristique	Autre
Abitibi-Témiscamingue	1%	3%	0%	0%
Bas-Saint-Laurent	9%	15%	7%	10%
<u>Cantons-de-l'Est</u>	18%	15%	26%	29%
Centre-du-Québec	6%	3%	0%	5%
Charlevoix	5%	3%	7%	5%
Chaudière-Appalaches	8%	6%	4%	0%
Côte-Nord	6%	3%	0%	0%
Gaspésie	1%	9%	7%	0%
Lanaudière	6%	6%	7%	0%
Laurentides	3%	9%	7%	10%
Mauricie	3%	3%	4%	0%
Montréal	0%	3%	0%	14%
Outaouais	3%	0%	4%	5%
Région de Québec	8%	3%	11%	10%
Saguenay-Lac-Saint-Jean	5%	12%	15%	5%

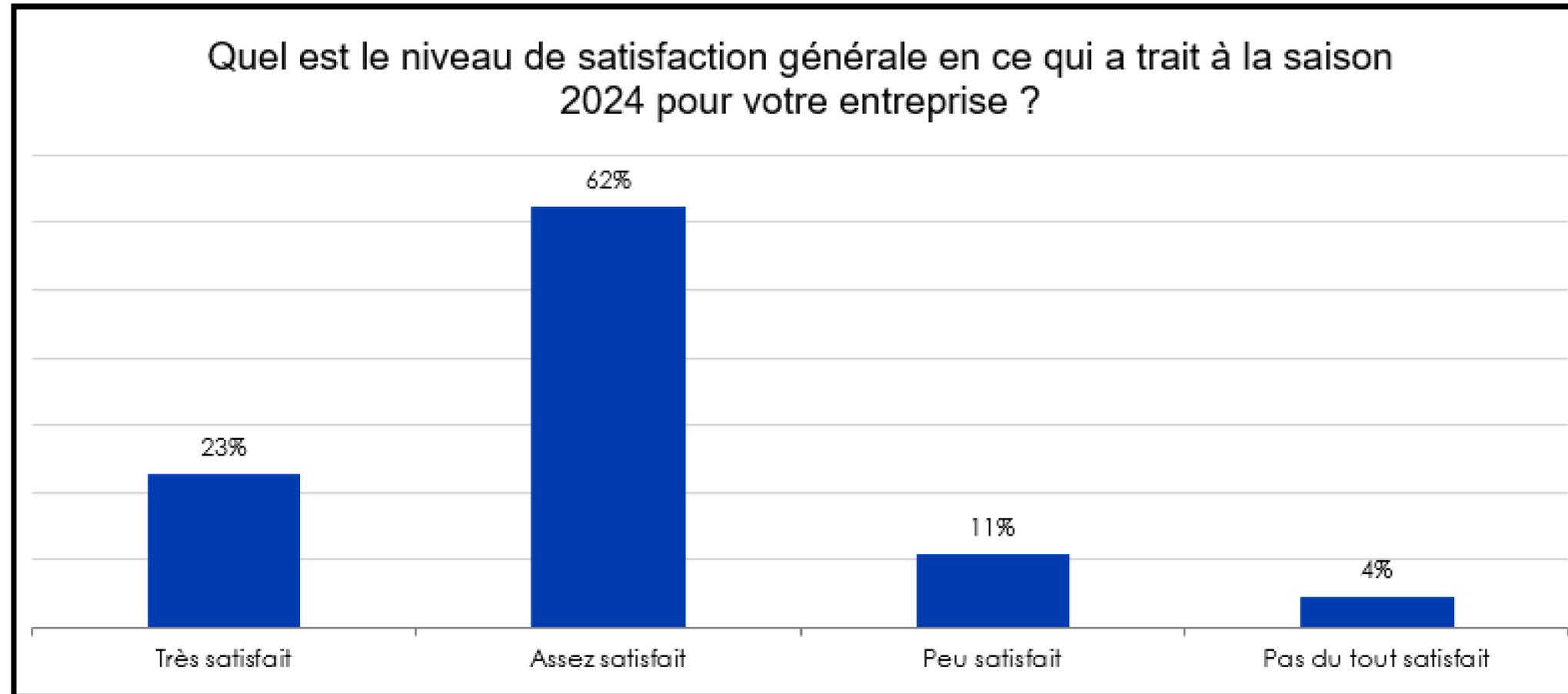
3

BILAN DE SAISON 2024



3.1

SATISFACTION RELATIVE À LA SAISON 2024

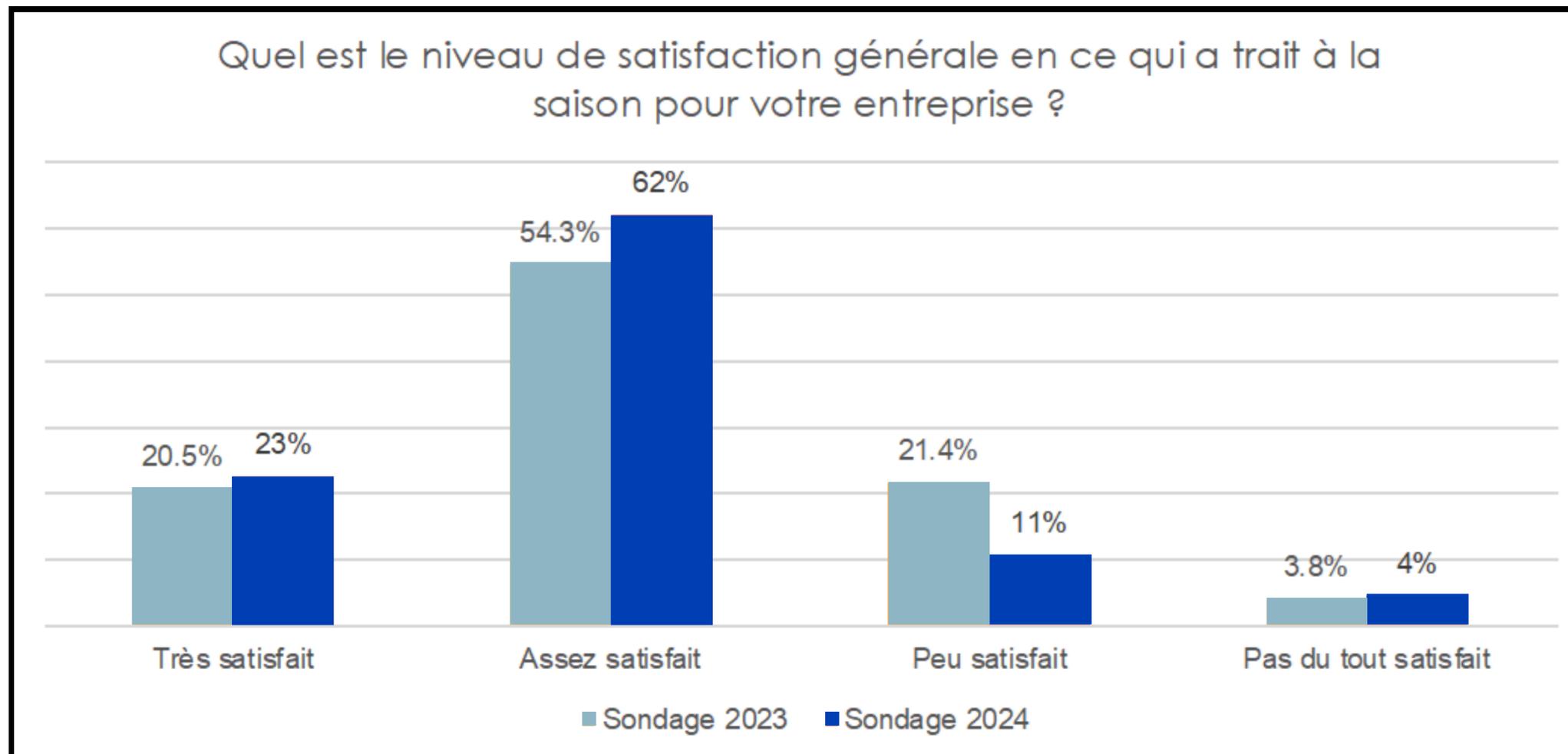


La grande majorité des répondants (85%) sont très ou assez satisfaits de la saison touristique 2024 pour leur entreprise.

Seulement 15% sont peu ou pas satisfaits de leur saison touristique 2024.

3.2

SATISFACTION RELATIVE À LA SAISON - COMPARAISON DES SONDAGES 2023 et 2024



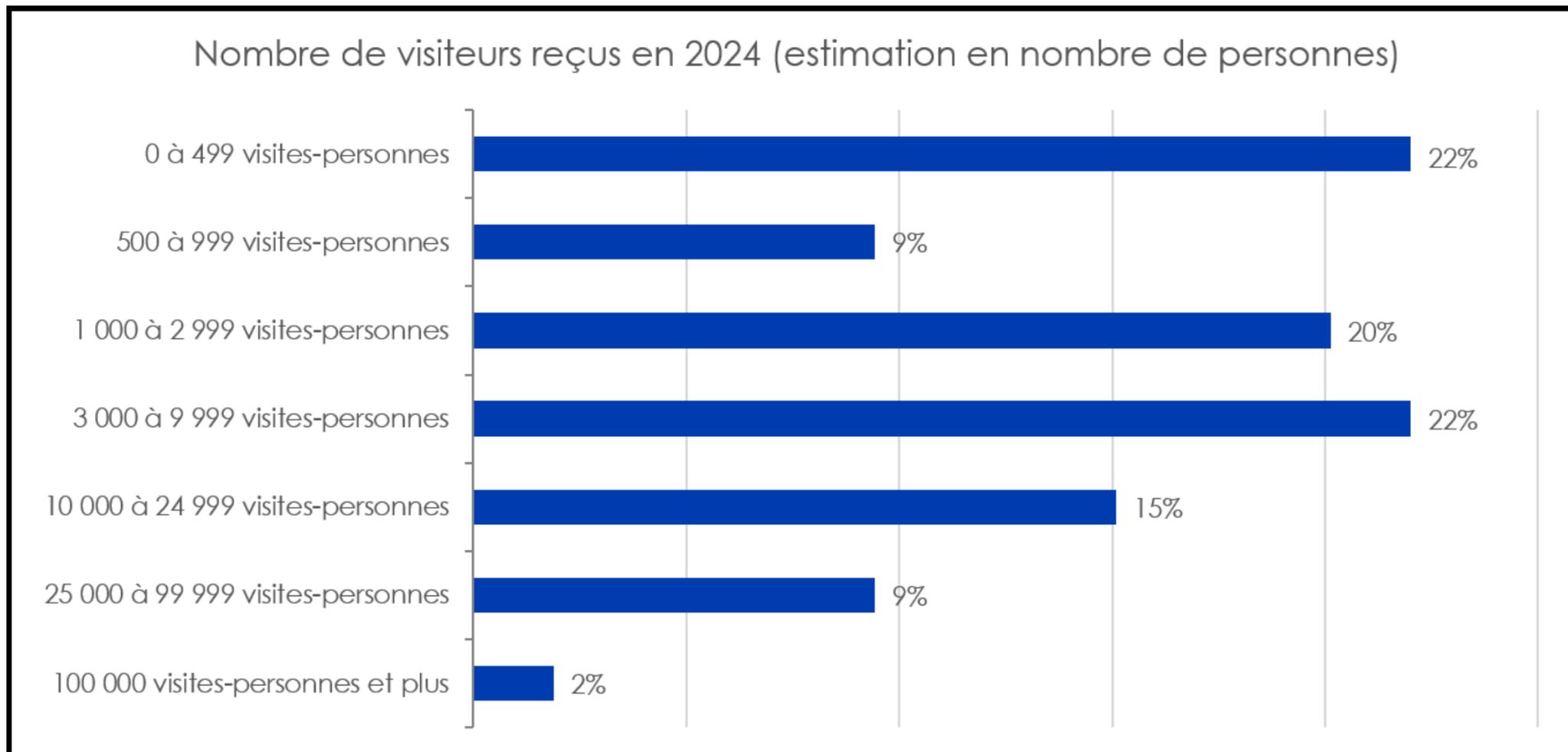
Avec 85% des répondants très ou assez satisfaits de la saison 2024 pour leur entreprise, on constate une amélioration significative par rapport à la saison touristique 2023, pour laquelle cette proportion était de 75%.

On note notamment une baisse d'environ la moitié de la proportion des répondants peu satisfaits, qui passent de 21% en 2023 à 11% en 2024.

Les entreprises qui se disent pas du tout satisfaites restent stables et représentent 4% des répondants pour les saisons touristiques 2023 et 2024.

3.3

NOMBRE DE VISITEURS REÇUS EN 2024



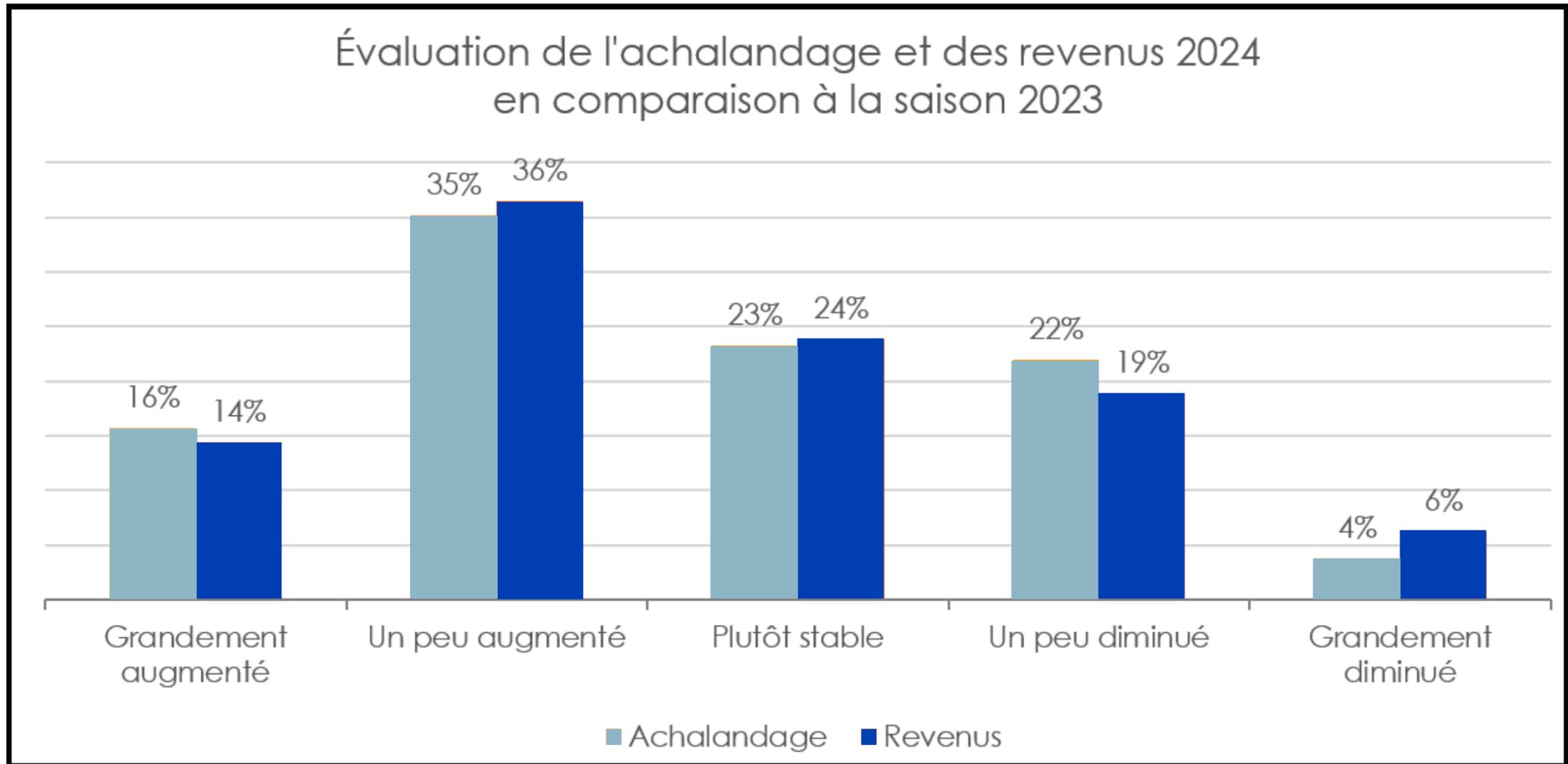
Près d'un tiers des répondants ont reçu moins de 1 000 visiteurs lors de la saison touristique 2024 (31%), ce qui représente un achalandage limité.

11% des répondants estiment avoir reçu plus de 25 000 visiteurs en 2024, attirant ainsi un achalandage important.

Des proportions assez similaires ont reçu de 1 000 à 3 000 visiteurs (20%) ou entre 3 000 et 5 000 visiteurs (22%).

3.4

ACHALANDAGE ET REVENUS



La moitié des répondants disent constater que l'achalandage (51%) et les revenus (50%) se sont révélés plus élevés lors de la saison 2024 qu'en 2023.

L'achalandage et les revenus ont été stables pour près d'un quart des répondants en 2024 par rapport à la saison 2023, soit 23% pour l'achalandage et 24% pour les revenus.

Environ un quart des répondants déclarent aussi avoir eu un achalandage et des revenus en diminution en 2024 par rapport à la saison 2023, soit 26% pour l'achalandage et 25% pour les revenus.

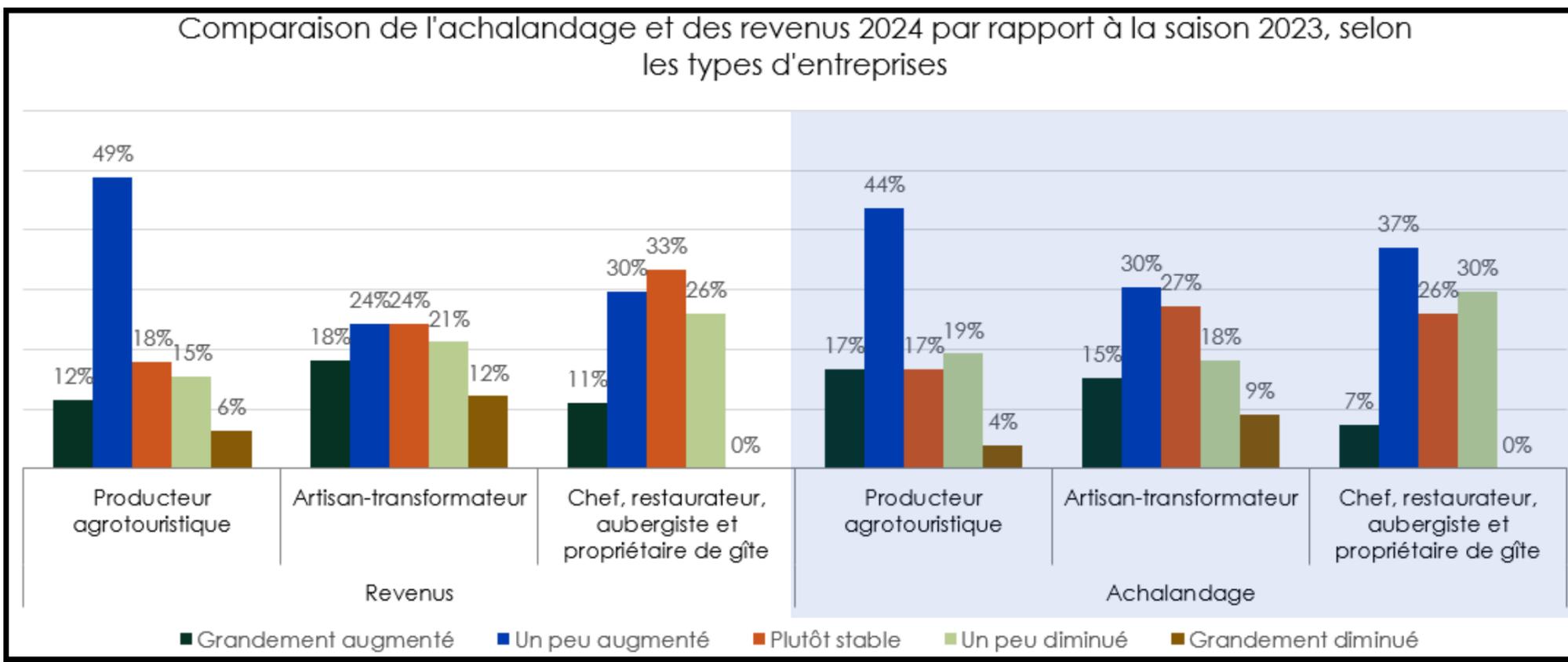
3.5

ACHALANDAGE ET REVENUS SELON LES TYPES D'ENTREPRISES

Lors de la saison touristique 2024, les producteurs agrotouristiques sont la catégorie pour laquelle les revenus ont le plus augmenté par rapport à la saison 2023 (61% grandement ou un peu augmenté).

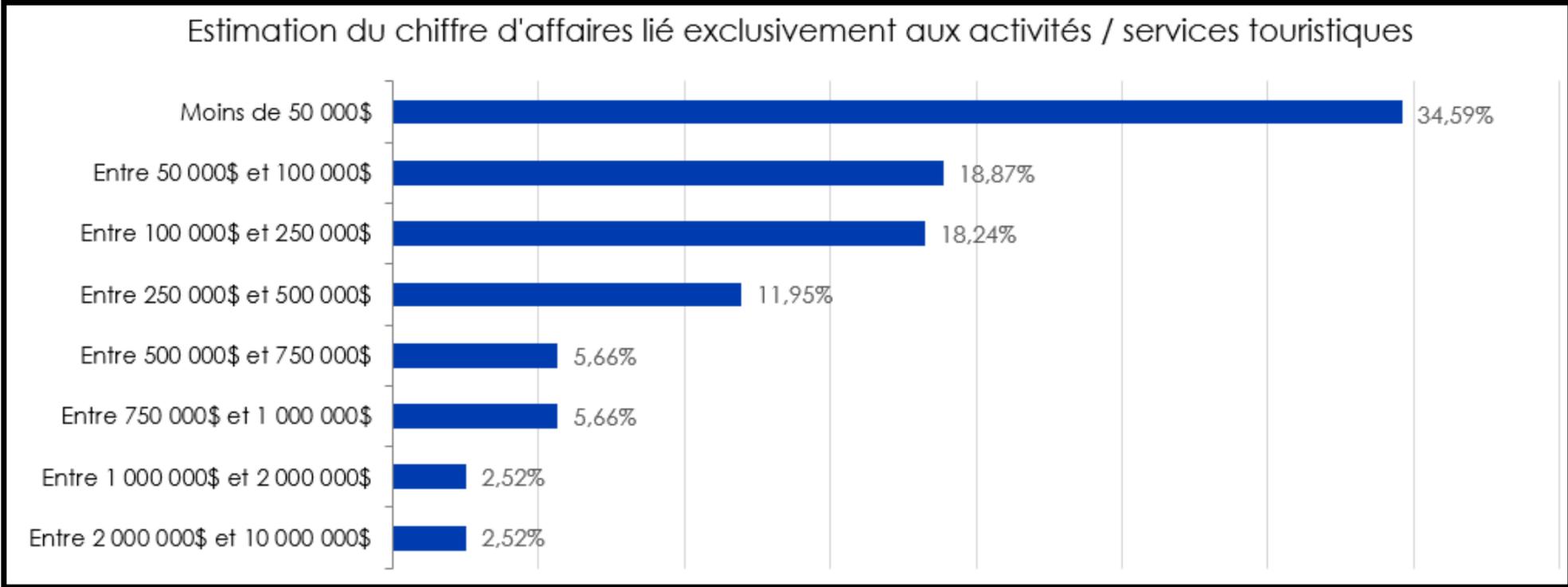
Cette proportion est respectivement de 42% pour les artisans-transformateurs et de 41% pour les chefs, restaurateurs, aubergistes et propriétaires de gîte, catégorie pour laquelle 26% des répondants ont vu leurs revenus diminuer un peu.

L'achalandage a évolué dans des proportions très similaires aux revenus avec un achalandage qui a grandement ou un peu augmenté pour 61% des répondants producteurs agrotouristiques, pour 45% des artisans-transformateurs et pour 44% des chefs, restaurateurs, aubergistes et propriétaires de gîte.



3.6

ESTIMATION DU CHIFFRE D’AFFAIRES LIÉ EXCLUSIVEMENT AUX ACTIVITÉS/SERVICES TOURISTIQUES



Les revenus liés exclusivement aux activités et services touristiques représentent moins de 50 000\$ lors de la saison 2024 pour plus d’un tiers des répondants (34,6%), donc un apport financier en complément de leur activité et clientèle principales.

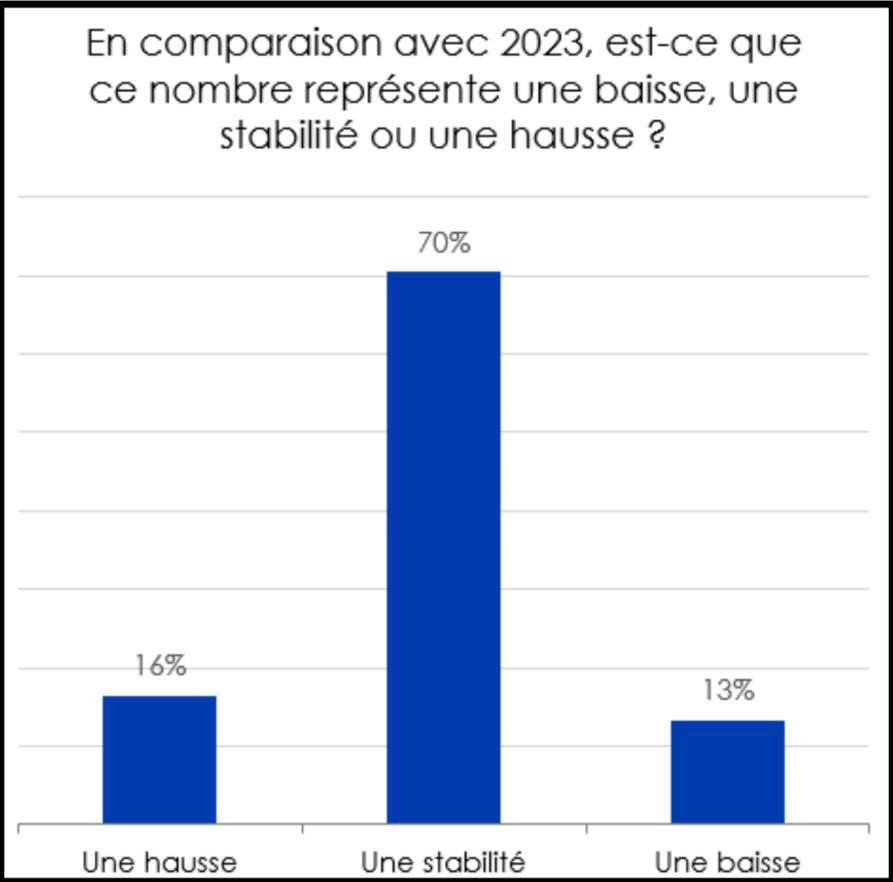
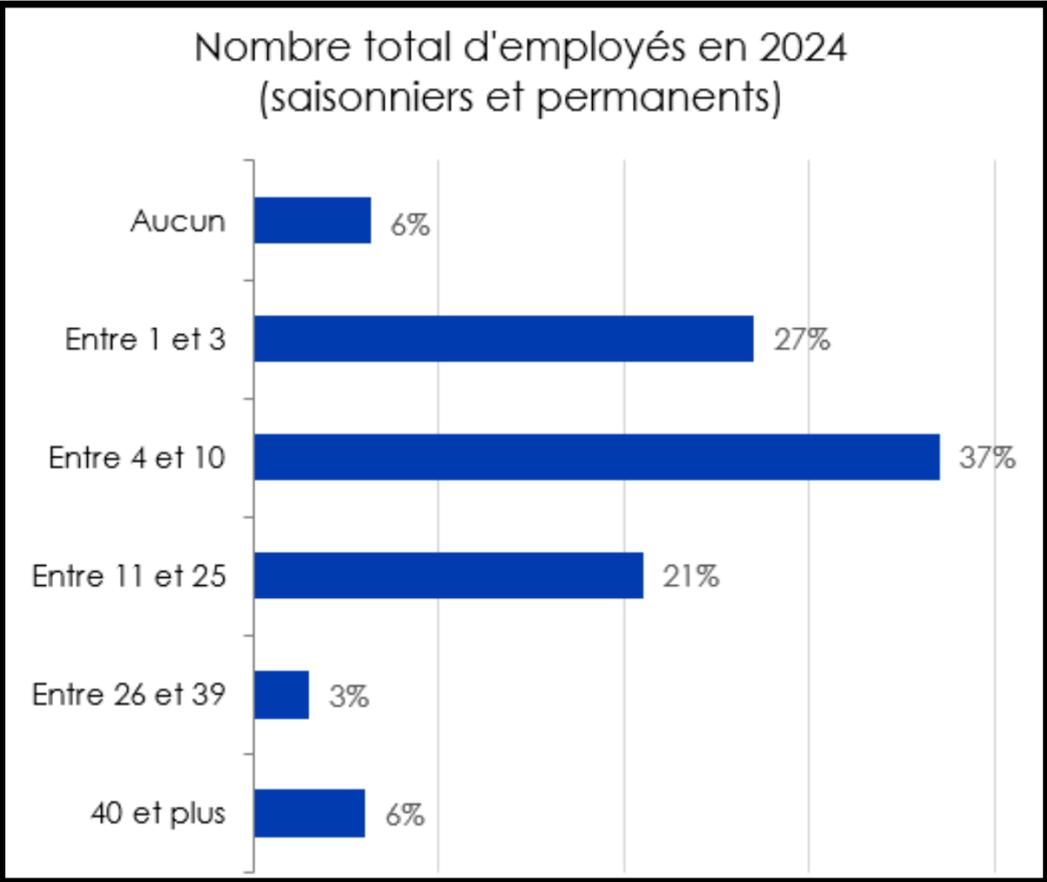
5% des répondants estiment que ces revenus ont rapporté plus de 1 000 000 \$ en 2024, soit des revenus très importants.

Selon 40% des répondants, leurs revenus liés aux activités et services touristique lors de la saison 2024 sont entre 100 000 et 500 000\$.

Les activités et services touristiques en 2024 ont rapporté plus de 100 000\$ pour près de la moitié des répondants (47%), ce qui démontre l’importance économique du tourisme gourmand pour les entreprises du secteur.

3.7

NOMBRE TOTAL D'EMPLOYÉS EN 2024



37% des répondants avaient entre 4 et 10 employés, saisonniers ou permanents, lors de la saison 2024.

Près d'un quart des entreprises répondantes avaient entre 1 et 3 employés (27%) et une proportion un peu moindre avait entre 11 et 25 employés (21%).

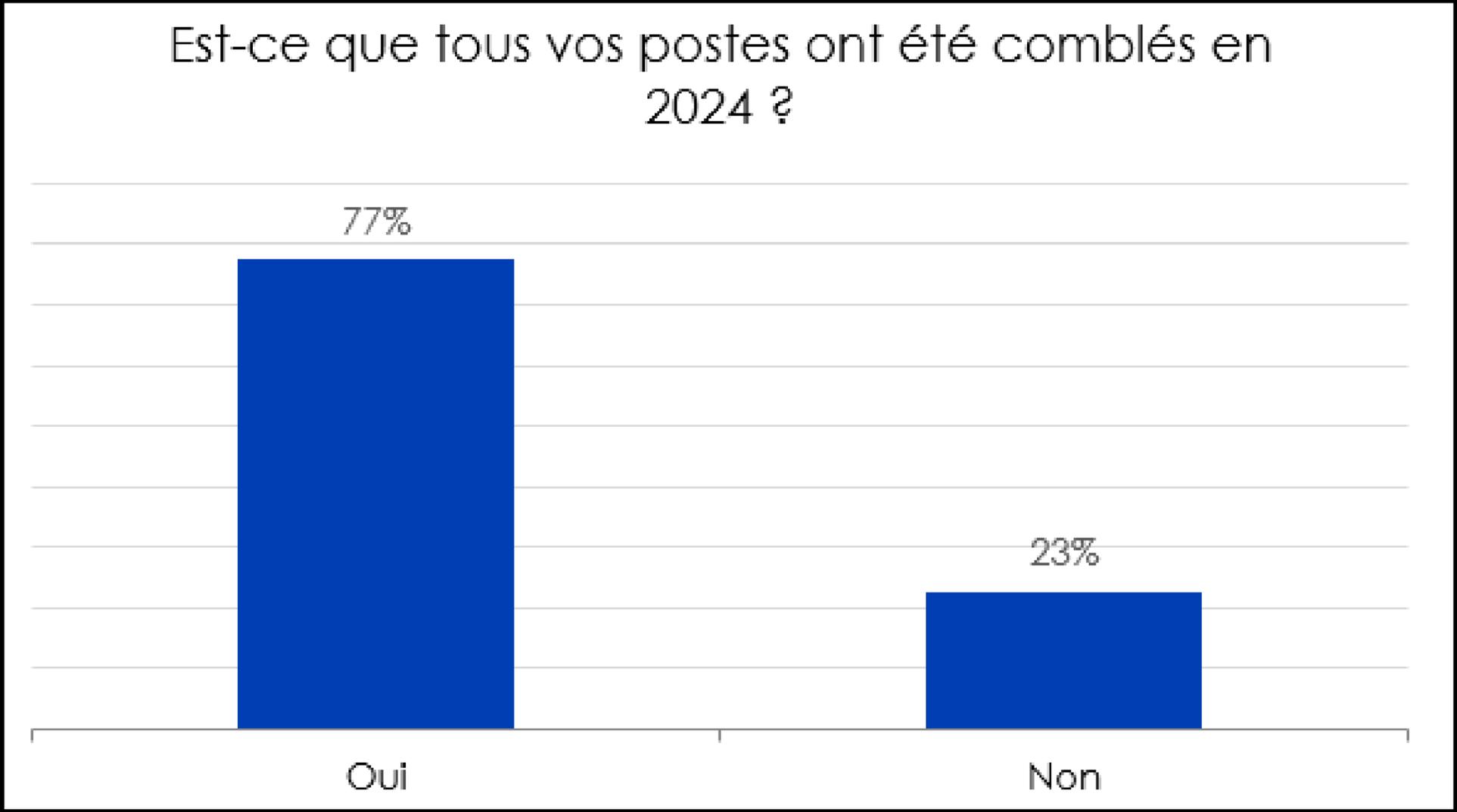
6% n'avaient aucun employé et la même proportion des entreprises avaient plus de 40 employés en 2024.

70% des répondants ont connu une stabilité du nombre d'employés lors de la saison touristique 2024 par rapport à la saison 2023.

Une proportion assez proche des répondants a constaté une hausse (16%) et une baisse (13%) de leur nombre d'employés saisonniers ou permanents.

3.8

POSTES COMBLÉS EN 2024



Pour 77% des répondants, tous leurs postes ont été comblés (saisonniers et permanents) lors de la saison 2024, alors que ce n'est pas le cas pour près d'un quart d'entre eux (23%).

3.9

ENJEUX DES ENTREPRISES

Les enjeux liés à l'inflation sont ceux les plus cités lors de la saison touristique 2024 et concernent 69% des répondants.

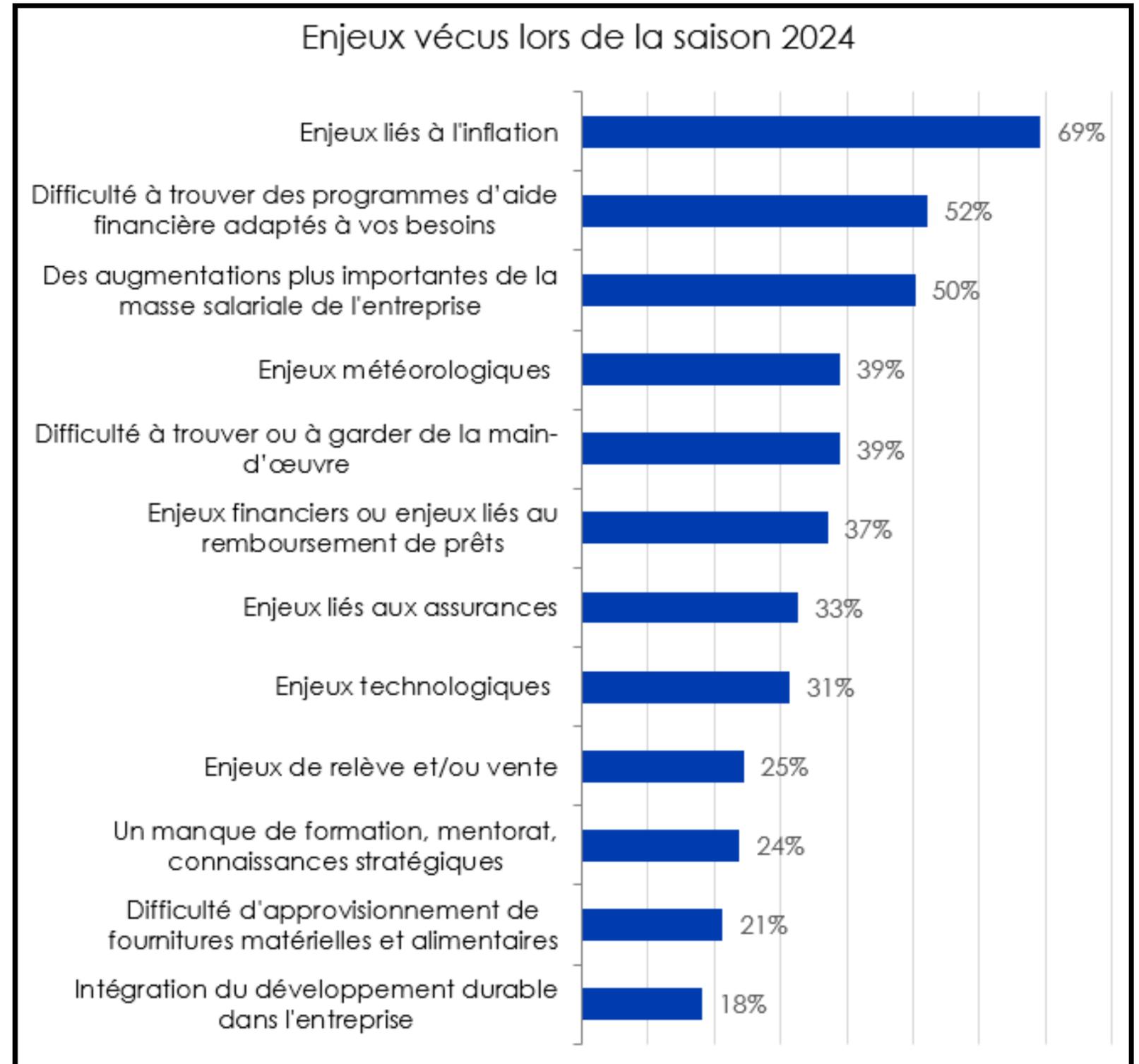
La difficulté à trouver des programmes d'aide financière adaptés (52%) et l'augmentation de la masse salariale (50%) sont mentionnés par la moitié des répondants.

En 2024, les trois principaux enjeux pour les entreprises du secteur sont donc d'ordre financier.

Viennent ensuite, pour 39% des répondants les enjeux météorologiques et la difficulté à trouver ou à garder de la main d'œuvre.

Près d'un quart des répondants (24%) mentionnent un manque de formation, de mentorat et/ou de connaissances stratégiques, domaines dans lesquels Terroir et Saveurs du Québec a la capacité d'agir.

L'intégration du développement durable est un enjeu pour 18% des répondants en 2024.



3.10 ENJEUX DES PRODUCTEURS AGROTOURISTIQUES

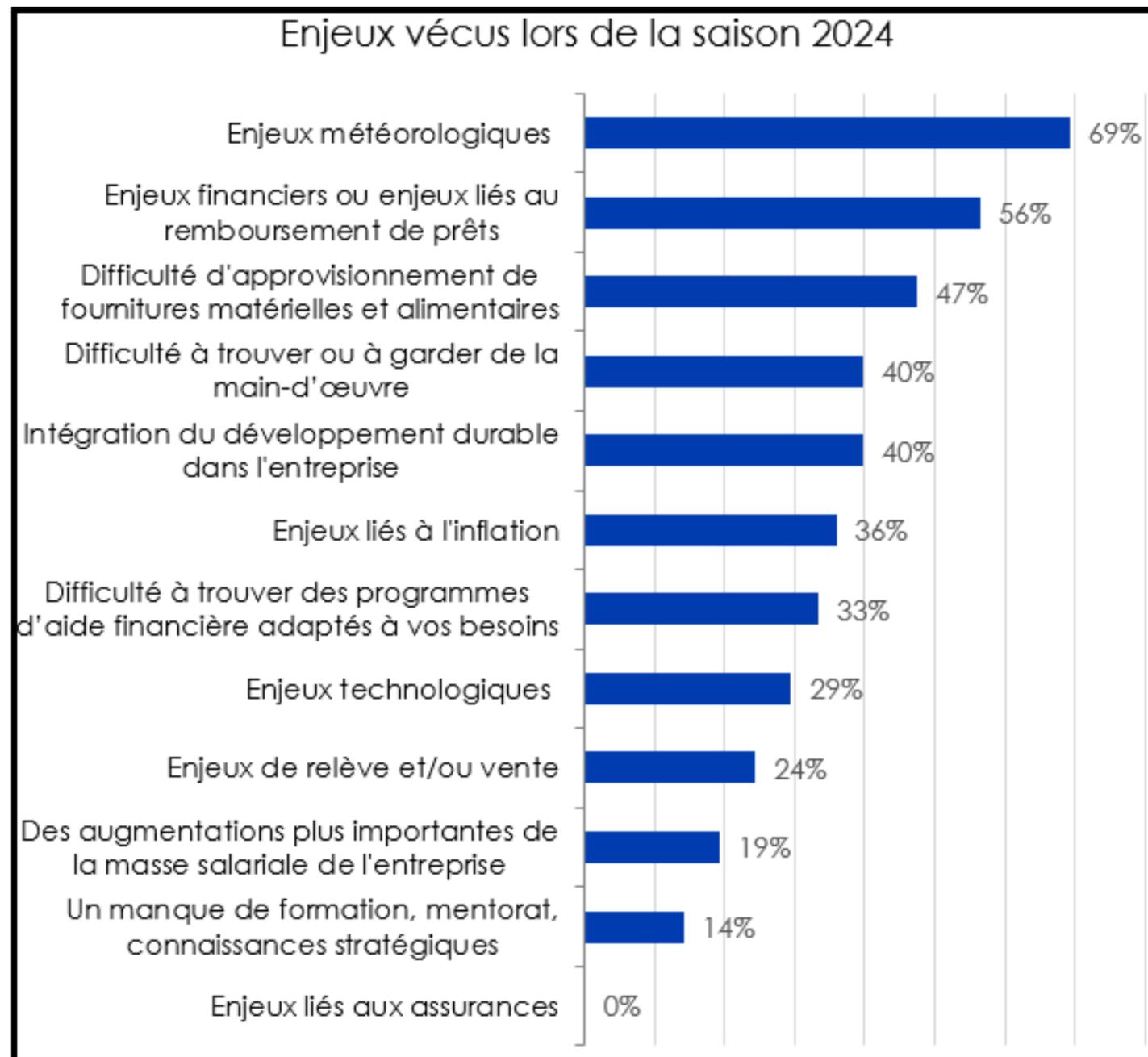
Pour les producteurs agrotouristiques, les enjeux météorologiques ont constitué le principal enjeu lors de la saison 2024 et concernent 69% des répondants.

Les enjeux financiers ou liés au remboursement de prêts sont cités par 56% des répondants parmi les producteurs agrotouristiques, tandis que la difficulté d'approvisionnement en concerne 47%.

L'intégration du développement durable est un enjeu pour 40% des répondants parmi les producteurs et montrent une forte augmentation par rapport à 2023 (24%) et 2022 (6%). Il s'agit d'une proportion significativement plus forte que pour les autres catégories de répondants.

Pour les producteurs agrotouristiques le manque de formation, de mentorat et/ou de connaissances stratégiques concerne 14% des répondants.

La catégorie des producteurs agrotouristiques est celle pour qui les enjeux liés à l'inflation en 2024 concernent le moins de répondants, mais représentent quand même plus d'un tiers (36%).



3.11

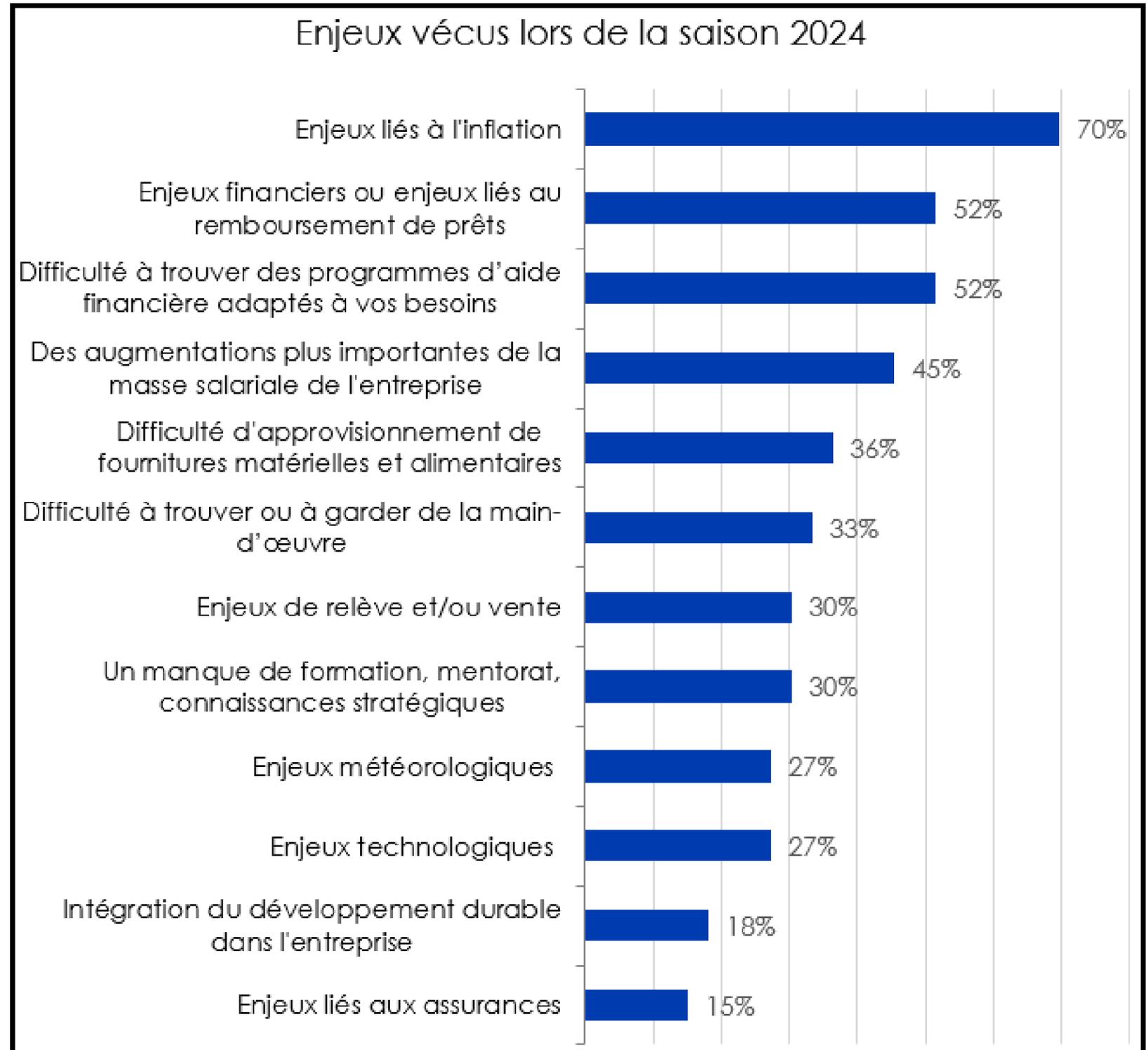
ENJEUX DES ARTISANS-TRANSFORMATEURS

La catégorie des artisans-transformateurs est celle pour qui les enjeux liés à l'inflation en 2024 concernent le plus de répondants (70%)

Les enjeux financiers ou liés au remboursement de prêts (52%), la difficulté à trouver des programmes d'aide financière adaptés (52%) et l'augmentation de la masse salariale (45%) sont des enjeux cités par environ la moitié des répondants en 2024.

Pour 30% des répondants parmi les artisans transformateurs, le manque de formation, de mentorat et/ou de connaissances stratégiques est un enjeu.

L'intégration du développement durable est un enjeu pour 18% des répondants parmi les artisans-transformateurs en 2024.



3.12

ENJEUX DES CHEFS, RESTAURATEURS, AUBERGISTES ET PROPRIÉTAIRES DE GITES



La difficulté à trouver et garder de la main d'œuvre est l'enjeu le plus cité et concerne 2 répondants sur 3, parmi les chefs, restaurateurs, aubergistes et propriétaires de gîtes, une proportion significativement plus forte que pour les autres catégories de répondants en 2024.

Le second enjeu est celui de l'augmentation de la masse salariale, qui préoccupe 63% des répondants. Les deux premiers enjeux de cette catégorie de répondants sont donc en lien avec la main d'œuvre.

Pour 26% des répondants parmi les chefs, restaurateurs, aubergistes et propriétaires de gîtes, le manque de formation, de mentorat et/ou de connaissances stratégiques est un enjeu.

L'intégration du développement durable est un enjeu pour 15% des répondants parmi cette catégorie en 2024.

3.13 ACTIONS PRISES PAR LES ENTREPRISES



L'action la plus fréquente, concernant 2 répondants sur 3 en 2024, est l'augmentation des coûts des services, activités ou produits.

Arrivent ensuite le développement de nouveaux services, activités ou expériences (62%), le maillage d'affaires avec des entreprises locales (60%) et l'augmentation des dépenses de promotion (58%), ce qui reflète le dynamisme des entreprises du secteur.

Seulement 13% des répondants ont fermé ou réduit en 2024 leurs activités, services ou expériences offertes.

L'enjeu de la mise à pied de personnel n'a concerné que 8% des répondants lors de la saison 2024.

3.14

ACTIONS PRISES PAR LES PRODUCTEURS AGROTOURISTIQUES

Parmi les producteurs agrotouristiques, les deux tiers des répondants ont développé de nouveaux services, activités ou expériences lors de la saison 2024, ce qui est signe encourageant du développement de l'offre en agrotourisme.

60% des répondants de cette catégorie ont dans le même temps augmenté les coûts des services, activités et produits.

Le maillage d'affaires avec des entreprises locales (60%) et l'augmentation des dépenses de promotion (56%), sont des actions fréquemment menées par les producteurs agrotouristiques.

En 2024, seulement 10% des répondants de cette catégorie ont réduit leurs dépenses de promotion et de commercialisation.



3.15

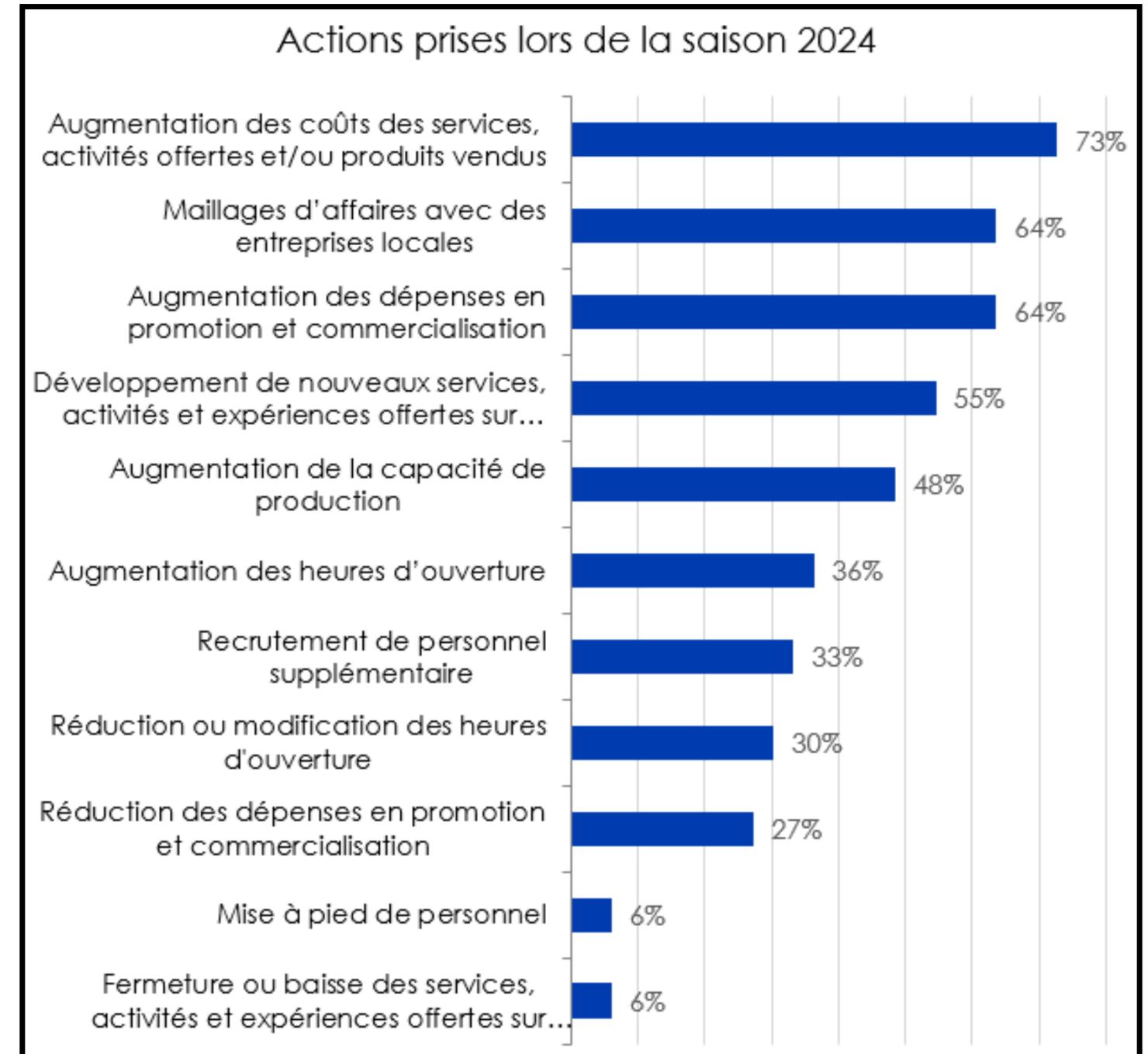
ACTIONS PRISES PAR LES ARTISANS-TRANSFORMATEURS

Pour les artisans transformateurs, la principale action, qui concerne près de 3 répondants sur 4 lors de la saison 2024 est l'augmentation des coûts des services, activités et produits.

Viennent ensuite, avec 64% des répondants de cette catégorie, les actions proactives de maillage d'affaires avec des entreprises locales et d'augmentation des dépenses de promotion.

Le développement de nouveaux services, activités ou expériences, qui concerne 55% des artisans-transformateurs et l'augmentation de la capacité de production (48%) démontrent également le dynamisme de ce secteur d'activités.

En 2024, seulement 6% des répondants parmi les artisans-transformateurs ont mis à pied du personnel et/ou fermé ou baissé des services, activités et expériences.



3.16

ACTIONS PRISES PAS LES CHEFS, RESTAURATEURS, AUBERGISTES ET PROPRIÉTAIRES DE GITES

3 répondants sur 4, parmi les chefs, restaurateurs, aubergistes et propriétaires de gîtes ont augmenté les coûts des services, activités et produits lors de la saison 2024.

Dans cette catégorie de répondants, 59% ont développé de nouveaux services, activités ou expériences et 56% ont recruté du personnel supplémentaire, ce qui a contribué à l'amélioration du service.

On constate aussi, pour environ la moitié des chefs, restaurateurs, aubergistes et propriétaires de gîtes, des maillages d'affaires avec des entreprises locales (52%), une augmentation des dépenses de promotion (52%) et une augmentation des horaires d'ouverture.

Cette catégorie est celle qui a effectué le plus de mises à pied de personnel (19% des répondants) et celle qui a le plus fermé ou baissé des services, activités ou expériences (22%).



3.16 TENDANCES 2024 SELON LES ENTREPRISES

Les 3 tendances les plus remarquées par les répondants lors de la saison touristique 2024 sont :

- ✓ La recherche de lieux aménagés pour boire ou manger sur place (77%)
- ✓ L'envie de vivre du tourisme lent, de prendre son temps (73%)
- ✓ Un engouement pour des dégustations commentées (70%)

Les autres tendances remarquées par plus de la moitié des répondants sont des thèmes sur lesquels Terroir et saveurs du Québec peut accompagner les entreprises du secteur en matière de développement de l'offre :

- ✓ L'envie de vivre l'expérience d'une vie (expériences immersives)
- ✓ L'importance de choisir un lieu mettant des efforts en développement durable (59%)
- ✓ La recherche de lieux aménagés pour accueillir des familles (51%)



4

CONCLUSIONS



4

BILAN DE LA SAISON TOURISTIQUE 2024

SECTEUR DU TOURISME GOURMAND

En synthèse, les éléments clés qui résultent de l'analyse des résultats sont les suivants :

Performance des entreprises du secteur

Les entreprises du secteur de l'agrotourisme et du tourisme gourmand sont globalement satisfaites de la saison touristique 2024:

- ✓ La grande majorité des répondants (85%) sont très ou assez satisfaits de la saison touristique 2024 pour leur entreprise.
- ✓ Cette proportion est supérieure celle observée lors du sondage en 2023 (75%) mais inférieure à celle de 2022 (90,7%), en période de sortie de pandémie.
- ✓ On note notamment une baisse d'environ la moitié de la proportion des répondants peu satisfaits, qui passent de 21% en 2023 à 11% en 2024.

Le sondage 2024 intégrait des questions concernant l'achalandage, le chiffre d'affaires et la main d'œuvre :

- ✓ Près d'un tiers des répondants ont reçu moins de 1 000 visiteurs lors de la saison touristique 2024 (31%), ce qui représente un achalandage limité.
- ✓ 11% des répondants estiment avoir reçu plus de 25 000 visiteurs, attirant un achalandage important.

Des proportions similaires ont reçu de 1 000 à 3 000 visiteurs (20%) ou entre 3 000 et 5 000 visiteurs (22%).

37% des répondants avaient entre 4 et 10 employés, saisonniers ou permanents, lors de la saison 2024.

Près d'un quart des entreprises répondantes avaient entre 1 et 3 employés (27%) et une proportion un peu moindre avait entre 11 et 25 employés (21%).



Performance économique des entreprises du secteur



Les activités et services touristiques en 2024 ont rapporté plus de 100 000\$ pour près de la moitié des répondants (47%), ce qui démontre l'importance économique du tourisme gourmand au niveau des entreprises du secteur.

5% des répondants estiment que ces revenus ont rapporté plus de 1 000 000\$ et 35% moins de 50 000\$.

Une bonne performance en 2023 qui se reflète sur l'achalandage et les revenus, pour toutes les catégories d'entreprises du secteur :

- ✓ La moitié des répondants disent constater que l'achalandage (51%) et les revenus (50%) se sont révélés plus élevés lors de la saison 2024 qu'en 2023.
- ✓ L'achalandage et les revenus ont été stables pour près d'un quart des répondants et environ un quart déclarent avoir eu un achalandage et des revenus en diminution en 2024 par rapport à la saison 2023.
- ✓ Les producteurs agrotouristiques sont la catégorie pour laquelle les revenus ont le plus augmenté par rapport à la saison 2023 (61% grandement ou un peu augmenté). Cette proportion est de 42 % pour les artisans-transformateurs et de 41% pour les chefs, restaurateurs, aubergistes et propriétaires de gîte.

Enjeux des entreprises du secteur

- ✓ Les enjeux liés à l'inflation sont ceux les plus cités lors de la saison touristique 2024 et concernent 69% des répondants.
- ✓ La difficulté à trouver des programmes d'aide financière adaptés (52 %) et l'augmentation de la masse salariale (50%) sont mentionnés par la moitié des répondants.
- ✓ En 2024, les trois principaux enjeux pour les entreprises du secteur sont donc d'ordre financier.
- ✓ Viennent ensuite, pour 39% des répondants les enjeux météorologiques et la difficulté à trouver ou à garder de la main d'œuvre.
- ✓ Près d'un quart des répondants (24 %) mentionnent un manque de formation, de mentorat et/ou de connaissances stratégiques, domaines dans lesquels Terroir et Saveurs du Québec a la capacité d'agir.
- ✓ L'intégration du développement durable est un enjeu pour 18% des répondants en 2024.
- ✓ Les chiffres présentés ci-contre cumulent les réponses « Beaucoup » et « Assez » à la question concernant l'importance des enjeux.



Actions prises par les entreprises du secteur

- ✓ L'action la plus fréquente, concernant 2 répondants sur 3 en 2024, est l'augmentation des coûts des services, activités ou produits.
- ✓ Arrivent ensuite le développement de nouveaux services, activités ou expériences (62%), le maillage d'affaires avec des entreprises locales (60%) et l'augmentation des dépenses de promotion (58%), ce qui reflète le dynamisme des entreprises du secteur.
- ✓ Seulement 13% des répondants ont fermé ou réduit en 2024 leurs activités, services ou expériences offertes.
- ✓ L'enjeu de la mise à pied de personnel n'a concerné que 8% des répondants lors de la saison 2024.
- ✓ Au niveau des catégories de répondants, l'action la plus fréquente est :
 - ✓ Développement de nouveaux services, activités ou expériences pour les producteurs agrotouristiques (67%)
 - ✓ Augmentation des coûts des services, activités et produits, pour les artisans-transformateurs (73%) et pour les chefs, restaurateurs, aubergistes et propriétaires de gîtes (74%).



Tendances observées par les entreprises du secteur



Les 3 tendances les plus remarquées par les répondants lors de la saison touristique 2024 sont :

- ✓ La recherche de lieux aménagés pour boire ou manger sur place (77%)
- ✓ L'envie de vivre du tourisme lent, de prendre son temps (73%)
- ✓ Un engouement pour des dégustations commentées (70%)

Les autres tendances remarquées par plus de la moitié des répondants, sont des thèmes sur lesquels Terroir et Saveurs du Québec peut accompagner les entreprises du secteur en matière de développement de l'offre :

- ✓ L'envie de vivre l'expérience d'une vie (expériences immersives)
- ✓ L'importance de choisir un lieu mettant des efforts en développement durable (59%)
- ✓ La recherche de lieux aménagés pour accueillir des familles (51%)

Toutes ces tendances représentent des opportunités pour les entreprises du secteur du tourisme gourmand, afin d'améliorer concrètement l'expérience qu'ils proposent à leurs clients.

MERCI

**TERROIR
ET SAVEURS
DU QUÉBEC**

ASSOCIATION DE L'AGROTOURISME ET
DU TOURISME GOURMAND DU QUÉBEC

www.terroiretsaveurs.com



LJM CONSEIL

Développement touristique · Stratégie · Marketing

www.ljmconseil.com