

Une bonne saison touristique estivale 2025 dans les Cantons-de-l'Est... et déjà des retombées pour « Come hug it out »

COMMUNIQUÉ DE PRESSE Pour diffusion immédiate

Sherbrooke, le 22 octobre 2025 – Tourisme Cantons-de-l'Est (TCE) dresse un bilan positif pour la saison estivale 2025, marquée par une forte satisfaction des entreprises touristiques et des résultats probants pour la campagne « Come hug it out ». Malgré les incertitudes économiques et géopolitiques, la région continue de séduire les visiteurs d'ici et d'ailleurs.

Une saison estivale bien accueillie par l'industrie

Selon un sondage mené auprès de 153 entreprises touristiques pour la période du 1er mai au 30 septembre 2025, **90 % des répondants se disent satisfaits ou très satisfaits** de la saison estivale 2025, tous secteurs confondus : hébergement, restauration, attractions et activités. **Deux entreprises sur trois (66 %) rapportent un achalandage soutenu**, une proportion qui grimpe à 73 % dans les secteurs de l'hébergement et de la restauration. Plus de la moitié des entreprises (52 %) ont observé une hausse de fréquentation comparativement à l'été 2024, dont 30 % une progression marquée.

Entre mai et août 2025, la demande globale d'**hébergement a augmenté de 3,7 % dans les Cantons-de-l'Est** versus la même période l'année dernière. Les hôtels affichent une stabilité des unités occupées, et ce sont les locations de courte durée (Airbnb, Vrbo, ...) qui performent le mieux avec une progression de 13,3 %.¹

Ces résultats positifs prennent tout leur sens dans un contexte où les conditions étaient loin d'être acquises. L'économie demeure marquée par l'inflation, et les incertitudes politiques entre le Canada et les États-Unis ont alimenté un climat d'hésitation chez certains voyageurs. S'ajoutent à cela des conditions météorologiques peu clémentes en mai et juin, où les précipitations ont largement dépassé les normales saisonnières. Le mois de juillet, toutefois, est venu redresser la tendance grâce à des conditions estivales favorables, propices aux activités de plein air.

« Come hug it out » : une campagne virale, des retombées bien réelles

Lancée le 26 mai 2025, la campagne « Come hug it out in the Eastern Townships » s'impose comme l'une des actions les plus marquantes de l'été dans les Cantons-de-l'Est. Conçue dans un contexte tendu, marqué par des incertitudes économiques et diplomatiques entre le Canada et les États-Unis, elle visait à réaffirmer un message clair et sincère : nos voisins du sud sont toujours les bienvenus ici. Ce message a résonné bien au-delà de la frontière. En quelques jours, la campagne est devenue virale :

- plus de 10 millions de vues en ligne, des centaines de milliers de repartages et de commentaires positifs, et même un clin d'œil spontané de l'actrice hollywoodienne Sharon Stone et de la célèbre autrice de Three Pines, Louise Penny;
- une couverture médiatique internationale (près de 900 mentions à la radio, télévision, Web, médias imprimés);
- un afflux massif vers le site Web anglophone easterntownships.org (+83 % de visiteurs).

Au-delà de son succès en ligne et de l'émotion suscitée, la campagne s'est aussi traduite par des retombées économiques mesurables. **Selon les données préliminaires de Destination Canada, les dépenses des visiteurs américains dans les Cantons-de-l'Est ont augmenté de 12,1 % entre mai et août 2025, alors qu'elles reculaient de 7,1 % pour l'ensemble du Québec** (Cantons inclus).²

« Ces résultats confirment la pertinence des efforts de promotion menés auprès des marchés américains. Bien sûr, plusieurs facteurs entrent en jeu; taux de change, conditions météo, notoriété de la région, habitudes de réservation, mais dans un contexte mondial incertain, le choix d'une campagne humaine, porteuse et rassembleuse a clairement contribué à générer des retombées économiques supplémentaires pour ce marché stratégique », souligne Isabelle Charlebois, directrice générale de Tourisme Cantons-de-l'Est.

Plus de 52 % des répondants au bilan estival 2025 indiquent avoir observé une stabilité ou une hausse de la clientèle américaine au cours de l'été. Bien qu'elle représente environ 6 % de l'achalandage annuel, cette clientèle génère à elle seule près de 73 M \$ en dépenses touristiques, notamment grâce à des séjours plus longs et à un niveau de dépenses supérieur à celui des clientèles canadiennes. Dans ce contexte, renforcer la présence des Cantons-de-l'Est dans l'imaginaire des visiteurs du Nord-Est américain demeure une priorité stratégique. Et c'est précisément là que se trouve la vraie portée de la campagne Come hug it out : au-delà du message publicitaire, elle trace la voie d'une relation durable, fondée sur la proximité, l'émotion et l'authenticité.

Consultez la version automnale ici : [Come hug it out in the Eastern Townships | Fall](#)



Clientèles d'ici et d'ailleurs : un portrait contrasté

Les **visiteurs québécois** demeurent au cœur de la dynamique estivale dans les Cantons-de-l'Est. Cet été, 42 % des répondants ont observé une hausse de la fréquentation en provenance du Québec. Cette progression s'inscrit dans un contexte particulier, marqué notamment par un boycott, un certain désengagement envers les États-Unis, qui a encouragé de nombreux visiteurs à redécouvrir leur propre province.

Pour les **clientèles hors Québec**, le portrait est plus nuancé. Un tiers des entreprises n'a pas pu se prononcer sur l'évolution de ces segments, ce qui reflète une perception parfois floue sur leur présence. Cela dit, lorsqu'un avis est exprimé, la majorité évoque une **stabilité** : tant pour les **Ontariens**, pour les autres **Canadiens** et pour les **clientèles internationales**.

Un contexte opérationnel marqué par des défis persistants

Malgré une saison favorable, les entreprises touristiques continuent de composer avec plusieurs enjeux. Pour 46 % d'entre elles, la **gestion de l'achalandage** demeure l'enjeu principal, d'autant plus complexe que les comportements d'achat évoluent vers des **réservations de plus en plus tardives**.

Ce réflexe, désormais bien ancré chez les visiteurs, complique la planification des ressources et impose une capacité d'adaptation constante.

En parallèle, 35 % des répondants signalent des pressions accrues sur les **coûts d'exploitation**, qu'il s'agisse de la hausse des salaires, de l'inflation sur les matières premières ou des contraintes liées aux services offerts.

Côté **main-d'œuvre**, 61 % des entreprises rapportent avoir rencontré des difficultés cet été, principalement liées au recrutement de personnel qualifié, à la rétention ou à la nécessité d'ajuster les horaires et les opérations pour maintenir la qualité de l'accueil.

Cap sur l'hiver : entre confiance et vigilance

Les perspectives pour la saison hivernale 2025-2026 sont encourageantes, mais restent difficiles à anticiper. Plus de la moitié des entreprises touristiques (56 %) abordent l'hiver avec **optimisme**, portées par l'élan positif de l'été. Toutefois, une prudence demeure de mise : 63 % anticipent que la **gestion de l'achalandage** représentera encore un défi important. Pour soutenir la saison, les entreprises misent notamment sur la poursuite des efforts de promotion, le renforcement des collaborations régionales et l'intégration accrue de pratiques en tourisme durable.

Rappelons que chaque hiver, les Cantons-de-l'Est accueillent environ 3 millions de visiteurs, toute provenance confondue, ce qui représente 30 % des visiteurs annuels.

¹ [Ministère du Tourisme du Québec – Tableau de bord : Enquête sur la fréquentation des établissements d'hébergement](#)

² **Rapports de dépenses alignés sur l'hébergement (LASR – Lodging Aligned Spend Reporting)**
Propulsé par Destination Canada
[Consortium des données touristiques canadiennes](#)

Cliquez ici pour une banque de photos de l'été dans la région

À propos de Tourisme Cantons-de-l'Est

Tourisme Cantons-de-l'Est est l'une des 21 associations touristiques régionales (ATR) du Québec et la mandataire officielle du ministère du Tourisme dans la région. Depuis 1978, Tourisme Cantons-de-l'Est a pour mission de favoriser le développement touristique de la région, promouvoir, concerter, soutenir, et représenter l'ensemble du secteur touristique, tout en mettant l'accent sur la qualité de l'expérience-visiteur. L'ATR regroupe quelque 600 membres et plus de 1000 offres répartis dans les 9 MRC et dans l'ensemble des secteurs de l'industrie touristique : hébergement, restauration, attractions, activités et événements.

Les Cantons-de-l'Est occupent le quatrième rang des régions les plus visitées au Québec avec des volumes ayant atteint 10 millions de visiteurs annuellement, engendrant 6,5 millions de nuitées et dépensant plus de 900M\$ par année. Le tourisme dans la région génère plus de 20 000 emplois, plaçant les Cantons-de-l'Est au 5e rang pour le nombre le plus élevé d'emplois en tourisme parmi l'ensemble des régions touristiques.

Source :

Titouan Bussière

Coordonnateur aux relations de presse - Tourisme Cantons-de-l'Est

Cellulaire : 819-238-9375 | Courriel : tbussiere@atrce.com