

## Un hiver 2025-2026 stable qui ouvre la voie à un été prometteur dans les Cantons-de-l'Est

### COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Pour diffusion immédiate

**Sherbrooke, le 6 mai 2026** – Tourisme Cantons-de-l'Est (TCE) dévoile les résultats du plus récent sondage réalisé auprès de ses membres concernant la saison hivernale 2025-2026, couvrant la période du 1<sup>er</sup> décembre 2025 au 31 mars 2026. Les données recueillies dressent le portrait d'une saison marquée par un départ soutenu, suivi d'un rythme plus stable en cours d'hiver, dans un contexte où les conditions économiques et météorologiques influencent davantage les décisions de séjour.

### Une saison hivernale globalement satisfaisante

La saison hivernale 2025-2026 s'est révélée satisfaisante pour une majorité d'entreprises touristiques des Cantons-de-l'Est, avec **58 % des répondants qui se déclarent satisfaits**. Ce résultat s'inscrit dans la continuité d'un début de saison particulièrement positif, alors que près de 80 % des entreprises affichaient un niveau de satisfaction élevé après les Fêtes.

Cette perception repose sur un bon départ favorisé par des conditions d'enneigement hâtives et propices aux activités de plein air. La **suite de la saison a été plus nuancée**, marquée par des **conditions météorologiques plus modérées** en cours d'hiver et une adaptation progressive des entreprises et des visiteurs.

Plus d'un répondant sur trois (38 %) rapporte une **hausse de son achalandage** par rapport à l'hiver précédent. Environ 30 % des répondants qualifient leur saison d'achalandée ou très achalandée, alors qu'une proportion similaire évoque une performance **stable** ou plus **modérée**, illustrant un bilan contrasté selon les réalités du terrain.

L'hiver demeure une période clé pour l'industrie touristique, représentant plus de 30 % de l'achalandage annuel pour les attraites et activités, et autour de 22 % pour l'hébergement et la restauration.

« Le début de saison laissait déjà entrevoir un hiver très dynamique, porté par des conditions favorables et un fort intérêt pour les activités de plein air. La suite de l'hiver a confirmé la solidité

de l'industrie, tout en mettant en lumière l'évolution des comportements des visiteurs. L'achalandage est demeuré présent, mais plus fluctuant selon les périodes, ce qui demande une grande agilité de la part des entreprises », indique Isabelle Charlebois, directrice générale de Tourisme Cantons-de-l'Est.

### Des performances contrastées dans un contexte en évolution

Les tendances observées en début de saison se confirment sur l'ensemble de l'hiver. Les **activités de plein air** et les **attractions** continuent de bien performer, portées par l'intérêt pour les expériences hivernales, tandis que la **restauration** maintient des résultats stables.

Du côté de **l'hébergement commercial**, la saison reste plus nuancée car malgré une hausse de 1,4 point de pourcentage du taux d'occupation dans la région par rapport à l'hiver précédent, la performance demeure sous la moyenne régionale, avec un taux de 42,4 % comparativement à 51 %. Les résultats varient selon les périodes, avec des hausses observées en décembre et en février, alors que janvier et mars affichent une relative stabilité. Ces tendances reflètent notamment des séjours plus courts, des réservations effectuées davantage à la dernière minute ainsi qu'une sensibilité accrue aux conditions météorologiques.

La clientèle d'agrément reste dominante, représentant 80 % des séjours en hébergement. La diversification des marchés se poursuit, avec une progression de la **clientèle américaine** observée par 34 % des entreprises, et jusqu'à 62 % dans le secteur de la restauration.

Dans un contexte inflationniste, les **habitudes de consommation** évoluent. Les visiteurs planifient plus tard, contrôlent davantage leurs dépenses et adaptent leurs séjours. La facture moyenne demeure inférieure à 50 \$ pour la moitié des attraites et restaurants, et se situe entre 200 \$ et 399 \$ en hébergement.

La **météo** et les changements climatiques demeurent un enjeu important pour 20 % des entreprises touristiques. Face à cette réalité, l'industrie poursuit son adaptation : 61 % des répondants ont mis en place des mesures concrètes, notamment par la diversification de l'offre, l'amélioration des infrastructures et une plus grande flexibilité dans les opérations.

### Des efforts de promotion qui soutiennent la performance

Ces résultats s'appuient sur des investissements de plus de 465 000 \$ et sur une stratégie intégrée mettant de l'avant la campagne « **Close to you. Far from ordinaire.** ». Déployées tout au long de l'hiver, les actions de promotion ont permis de valoriser l'offre régionale et de rejoindre efficacement les clientèles d'ici et d'ailleurs.

Plusieurs **campagnes** ont été mises de l'avant au fil de la saison, notamment autour du temps des Fêtes, des activités hivernales, de l'hébergement et de l'offre ski avec L'EST GO, en collaboration avec les partenaires de l'industrie. Des offensives ciblées ont également été déployées en Ontario et dans le nord-est des États-Unis afin de stimuler les courts séjours et renforcer la notoriété de la destination sur ces marchés. Des offensives ciblées ont également été déployées en Ontario et dans le nord-est des États-Unis afin de stimuler les courts séjours et renforcer la notoriété de la destination sur ces marchés.

Cette présence a été amplifiée par une stratégie de contenu et d'influence, notamment grâce aux **Ambassadeurs hivernaux**, qui ont contribué à faire rayonner les expériences sur le terrain et à maintenir l'intérêt tout au long de la saison.

Le **site de destination** totalise 939 656 visites, en hausse de 40 % par rapport à l'année dernière. Les campagnes marketing génèrent plus de 40 % du trafic, confirmant leur rôle structurant dans l'attraction des visiteurs. Le Québec demeure le principal marché et a connu une hausse de 20 % des visites, tandis que l'Ontario et les États-Unis affichent des croissances marquées respectives de 117 % et 104 %. Les médias sociaux, avec plus de 750 000 vues sur Instagram et plus d'un million sur Facebook, contribuent activement à cette performance.

Dans cette dynamique, l'offre **ski** poursuit sa progression. La carte **L'EST GO** enregistre plus de 8 500 cartes vendues (+16,5 %), et une hausse de 18,5 % des jours vendus, confirmant l'intérêt pour une formule flexible adaptée aux nouvelles habitudes.

### **Une saison estivale 2026 attendue avec optimisme dans un contexte favorable**

À l'approche de la saison estivale 2026, les entreprises touristiques des Cantons-de-l'Est affichent un **niveau de confiance élevé**. Plus de 85 % des répondants se disent optimistes.

Le contexte actuel favorise le tourisme de proximité. Une part croissante de Québécois choisit de voyager moins aux États-Unis et privilégie des **destinations locales**, ce qui bénéficie directement aux Cantons-de-l'Est. La région se positionne comme une destination de proximité diversifiée, tout en demeurant accueillante envers la clientèle américaine.

Par ailleurs, la **hausse du prix de l'essence** influence les comportements. Les visiteurs optent pour des séjours plus près de chez eux, souvent plus longs et mieux planifiés. Cette évolution correspond à l'offre régionale, qui permet de combiner facilement hébergement, activités de plein air et expériences gourmandes sur un même territoire.

### **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 quelques 600 membres et plus de 900 offres répartis dans les 9 MRC et dans l'ensemble des secteurs de l'industrie touristique : hébergement, restauration, attraits, activités et événements.

Les Cantons-de-l'Est occupent le cinquième rang en termes de nuitées réalisées au Québec avec des volumes ayant atteint 10,7 millions de nuitées et des recettes touristiques de 1,3G\$ par année. Les secteurs associés au tourisme représentent environ 1 emploi sur 10 dans la région, correspondant à plus de 21 000 emplois.

- 30 -

### **Source :**

Titouan Bussière

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

Cellulaire : 819-238-9375 | Courriel : [tbussiere@atrce.com](mailto:tbussiere@atrce.com)