TOURISME GASPÉSIE

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Pour diffusion immédiate

BILAN DE LA SAISON TOURISTIQUE ESTIVALE 2026 EN GASPÉSIE
Un léger recul de l'achalandage, mais des retombées économiques en hausse

Mont-Joli, le 18 novembre 2026 – Tourisme Gaspésie dévoile aujourd'hui son bilan de la saison estivale 2026 dans le cadre du Colloque de l'industrie touristique. Pour les mois de mai à septembre, l'organisation estime à près de **696 400 le nombre de visiteurs** dans la région, ce qui représente une **diminution de 2%** par rapport à la même période en 2025. Les retombées économiques sont toutefois en progression, atteignant **487 M$**, soit une **augmentation de 4 %**. Ces résultats témoignent d'un léger ralentissement, mais s'inscrivent dans une tendance de croissance soutenue observée au cours des dernières années en Gaspésie. La saison estivale 2026 demeure la **deuxième meilleure à ce jour.**

FAITS SAILLANTS ET INDICATEURS TOURISTIQUES

Selon les données préliminaires de Tourisme Québec, la demande globale en hébergement en Gaspésie a **diminué de 4,2 % de mai à septembre**, comparativement à la même période l'an dernier. **Le recul des nuitées en camping de passage représente à lui seul près de 90 % de cette baisse**. Sur le plan mensuel, juin, marqué par des précipitations importantes, affiche une diminution de 10 % des unités louées. Après un mois de juillet stable, août enregistre un recul de près de 7 %, tandis que septembre se distingue par une hausse de 5 %.

Variation d'occupation des unités d'hébergement pour les mois de mai à septembre 2026 comparativement à la même période en 2025:

- Hébergement commercial (hôtels, motels, gîtes): -1,2 %
- Hébergement de courte durée (Airbnb, VRBO) : +4,9 %
- Camping de passage (VR et tentes) : -12,1 %
- Prêts-à-camper : +5,5 %

Du côté des entreprises touristiques, un sondage réalisé par Tourisme Gaspésie auprès d'une centaine d'intervenants révèle un taux de satisfaction élevé, avec **75 % des répondants qui évaluent la saison de façon positive.** Les secteurs de l'hébergement sont parmi les plus satisfaits. Plusieurs attraits touristiques, établissements de restauration et boutiques rapportent une baisse d'achalandage en juin, suivie de hausses en juillet et en août. Toutefois, dans l'ensemble, ils dressent un bilan de saison comparable à celui de l'an dernier. Les grands festivals ont, quant à eux, maintenu un bon achalandage.

CONTEXTE ET FACTEURS D'INFLUENCE

Au cours des cinq dernières années, la Gaspésie a enregistré une croissance de 8 % du nombre de visiteurs et de 45 % des retombées économiques. Alors que l'intérêt de la clientèle internationale pour la Gaspésie semble favorable, les voyageurs québécois semblent modifier leurs habitudes. Après avoir privilégié les régions de l'Est du Québec ces dernières années, ils diversifient désormais leurs destinations. La concurrence entre les destinations s'intensifie et l'intérêt pour les voyages à l'extérieur du Québec reprend de la vigueur. Parallèlement, la hausse d'environ 20 % du prix de l'essence, combinée à la stagnation des budgets de vacances, favorise les séjours plus courts et à proximité du domicile. À ces facteurs s'ajoutent les conditions météorologiques particulièrement pluvieuses de juin, qui ont notamment affecté le camping de passage. Dans ce contexte, après la saison record de 2025, le recul observé en 2026 pourrait représenter une nouvelle tendance, mais il faudra attendre la prochaine saison estivale pour se prononcer.

« La Gaspésie a connu une croissance remarquable au cours des dernières années et, malgré un léger recul en 2026, elle réalise sa deuxième meilleure saison touristique à ce jour. Dans un contexte où les habitudes de voyage évoluent et où la concurrence s'intensifie, nous ne pouvons toutefois pas tenir ce succès pour acquis. Il est essentiel de poursuivre nos efforts collectifs pour nous démarquer, diversifier nos clientèles et développer une offre touristique toujours plus attractive. C'est tout le sens du thème de notre colloque cette année : optimiser nos actions et nos ressources pour assurer la vitalité de notre industrie et continuer à faire progresser la destination et les entreprises qui la font vivre », explique Stéphanie Thibaud, directrice générale de Tourisme Gaspésie.

UN EFFORT COLLECTIF QUI CONTRIBUE AU SUCCÈS DE LA SAISON

En terminant, Tourisme Gaspésie tient à souligner le travail remarquable des entreprises touristiques de la région, dont l'engagement a permis d'offrir un service de qualité aux visiteurs. L'organisation remercie également la population gaspésienne pour son accueil chaleureux et le partage de son territoire durant cette période achalandée. L'accueil gaspésien est reconnu et fait partie intégrante de l'identité de la destination. La participation des entreprises et de la communauté est essentielle et contribue directement à l'attrait de la région.

RETOUR SUR LES CAMPAGNES PROMOTIONNELLES

Rappelons que la campagne de promotion du printemps, de l'été et de l'automne 2026 de Tourisme Gaspésie a été lancée progressivement au Québec à partir de la fin mars. Au total, plus de 1 M$ ont été investis pour assurer une visibilité soutenue à la destination jusqu'à la fin septembre auprès des clientèles francophones et anglophones du Québec, y compris celles du Bas-Saint-Laurent et de la Gaspésie, ainsi que des Maritimes. Par ailleurs, près de 1,3 M$ ont été investis en 2026 par l'entremise du Québec maritime afin d'accroître le rayonnement des quatre régions de l'Est-du-Québec sur les marchés hors Québec, avec des efforts particulièrement soutenus en Ontario et en France.

-30-

À PROPOS DE TOURISME GASPÉSIE

Tourisme Gaspésie est un organisme de promotion et de développement économique qui regroupe plus de 500 entreprises et organismes œuvrant dans l'industrie du tourisme en Gaspésie. Sa mission est de mobiliser, représenter, soutenir et promouvoir l'industrie touristique de la Gaspésie sur le marché du Québec et des Maritimes. Elle collabore étroitement avec les autres régions de l'Est du Québec pour la promotion hors Québec via Le Québec maritime. En tant que l'une des 21 Associations touristiques régionales (ATR) du Québec, elle agit à titre de partenaire régional privilégié du ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Énergie – secteur Tourisme. Ses interventions s'inscrivent dans le cadre de fonctions confiées et des orientations gouvernementales applicables, tout en tenant compte des besoins de ses membres et des réalités du territoire.

Pour information :
Judith Kilgour, coordonnatrice communications
Cell. 581 624-2563
jkilgour@tourisme-gaspesie.com

Dossier média disponible ici