

Bilan de saison touristique hivernale 2026 au Bas-Saint-Laurent

Une hausse marquée de la demande en hébergement

Rivière-du-Loup, le 27 mai 2026 – Le tourisme hivernal ainsi que le tourisme d'affaires et d'événements continuent de gagner des adeptes. La saison de motoneige a débuté deux semaines plus tôt que l'année dernière. Les précipitations de neige importantes ont aussi favorisé la pratique des activités hivernales telles que le ski alpin, le ski de fond, la raquette et le fat bike. Entre janvier et mars 2026, **99 735** nuitées ont été enregistrées dans les établissements d'hébergement, ce qui représente une hausse de **15,1 %** par rapport à 2025. Le taux d'occupation des établissements d'hébergement commercial s'est établi à **41,4 %** pour ces trois mois, soit une hausse de **3,7 %** par rapport à 2025.

Tourisme hivernal

Exceptionnellement, la saison motoneige a débuté à la mi-décembre, soit 2 semaines plus tôt comparativement aux dernières années. Les sentiers ont été accessibles aux touristes pendant un peu plus de 11 semaines et les établissements d'hébergement se sont dit hautement satisfaits de l'achalandage, considéré comme meilleur que celui de l'an dernier. À elle seule, la pratique de la motoneige rapporte plus de **21,8 M\$** en retombées annuellement. Avec plus de 1 800 km de sentiers de qualité, la pratique de la motoneige est reconnue et prisée au Bas-Saint-Laurent. On y accueille des motoneigistes du Québec, des États-Unis, des Maritimes et de l'Ontario.

Autres activités

Les amateurs d'activités hivernales ont pu bénéficier d'une bonne période d'ouverture qui s'est prolongée jusqu'en avril pour certains centres de ski. On dénote aussi une augmentation de fréquentation.

- Ski alpin : il y a 3 stations de ski familiales au Bas-Saint-Laurent pour un total de 72 pistes. Le Mont Biencourt a été ouvert jusqu'au 19 mars, le Mont Saint-Mathieu jusqu'au 12 avril et le Mont-Comi jusqu'au 21 avril.
- Ski de fond : quelque 380 km de sentiers sur 20 sites sont accessibles. La période d'ouverture s'est prolongée jusqu'au 18 mars pour la Foulée de Saint-Modeste et jusqu'au 10 avril pour le Club de ski de fond et de raquettes de Saint-Antonin.
- Raquette et fat bike : près de 342 km de sentiers de raquette sont aménagés dans 27 sites différents et de 115 km de sentiers de fat bike dans 5 sites.

Tourisme d'affaires et d'événements

Tout au long de l'année, les événements d'affaires et sportifs attirent de nombreux visiteurs dans la région. Pour la période de janvier à mars 2026, on dénombre plus de 40 événements notamment dans les centres de congrès de Rivière-du-Loup et Rimouski. Ce sont jusqu'à 20 000 nuitées qui ont été générées par ces activités dans la dernière année.

Hausse de la demande en hébergement

On remarque une hausse de **15,1 %** de la demande totale en hébergement commercial et courte durée pour les mois de janvier à mars 2026 avec **99 735** nuitées. Il s'agit du plus grand nombre de nuitées générées dans la région pour cette période depuis que cette donnée est compilée. On dénote aussi une hausse de **3,7 %** du taux d'occupation pour les établissements d'hébergement commercial pour les mois de janvier à mars 2026 et hausse du nombre moyen d'unités louées par jour pour ces mêmes mois de **17,9 %**.

| Nombre de nuitées enregistrées pour tout type d'hébergement entre janvier et mars 2026 et variation par rapport à 2025 | | |
|--|---------------|----------------|
| Mois | Total 2026 | Variation 2025 |
| Janvier | 32 541 | + 15,6 % |
| Février | 33 772 | + 20,4 % |
| Mars | 33 442 | + 9,6 % |
| Total | 99 735 | + 15,1% |

| Nombre de nuitées enregistrées et d'unités disponibles par jour pour l'hébergement commercial et taux d'occupation entre janvier et mars 2026. | | | | |
|--|---------------|-------------------------|------------------------|----------------|
| Mois | Nuitées /jour | Unités disponibles/jour | Taux d'occupation 2026 | Variation 2025 |
| Janvier | 917 | 2 368 | 38,8 % | 3,2 % |
| Février | 1087 | 2 385 | 45,7 % | 6,1 % |
| Mars | 955 | 2 399 | 40,2 % | 1,8 % |
| Moyenne | 986 | 2 384 | 41,4 % | 3,7 % |

Source

<https://www.quebec.ca/tourisme-et-loisirs/services-industrie-touristique/etudes-statistiques/tableaux-de-bord-donnees-tourisme/hebergement-touristique-camping/resultats-enquete-frequentation-etablissements-hebergement-quebec>

Bilan des campagnes de promotion hivernales

Avec le positionnement *Bas-Saint-Laurent – Prendre le temps*, les campagnes de promotion touristique menées par Tourisme Bas-Saint-Laurent représentent des investissements de plus de 5 M\$ annuellement incluant la promotion hors Québec effectuée en partenariat avec le Québec maritime. Dans le cadre de sa campagne de promotion hivernale, voici un aperçu des actions qui ont été déployées :

- Le site Web www.bassaintlaurent.ca a reçu 38 000 visiteurs et 124 000 pages vues pour la période de décembre à mars 2026. On dénombre 5,4 K abonnés à la page Facebook Motoneige au Bas-Saint-Laurent et 969 personnes ont participé au concours motoneige.
- Publicités imprimées : le magazine motoneige et la carte motoneige ont été publiés en 25 000 exemplaires.
- Campagnes, chroniques radio (Radio-Canada, Rouge FM, CIBM) et concours sur des stations de Québec, Sherbrooke, Rivière-du-Loup et Rimouski.
- Participation de la région à la campagne nationale ski de l'Association des stations de ski du Québec.
- Série motoneige Snow Ride, une émission sur le Bas-Saint-Laurent, tournage de deux émissions de télé de Chicks and machines et de l'émission Alexis le randonneur (randonnée pédestre en hiver et en ski de fond).
- Cinq tournées d'influenceurs : Dan Boisvert, Simon Diotte, Les filles du Nord, Manon Lapierre, tournée motoneige ambassadeurs BRP.
- Numérique : 12 infolettres, médias sociaux, bannières sur les sites de Québecor, Bell média et Radio-Canada, sites régionaux, billets de blogues, mots clefs sur Google Display.
- Campagne Quoi faire au Québec avec Événements Attractions Québec, carte motoneige numérique, plateforme vacances de Radio-Canada, etc.

En préparation de la saison estivale

Le Bas-Saint-Laurent est une destination appréciée comme l'a démontré encore le plus de récent sondage portant sur les intentions de voyage des principaux marchés mené par Léger pour le ministère du Tourisme. Le Bas-Saint-Laurent fait toujours partie du top 5 des choix prisés des Québécois avec 13% des intentions de visite.

Source

<https://cdn-contenu.quebec.ca/cdn-contenu/tourisme/etudes-statistiques/rapport-intentions-voyage-canadien-americain-francais-ete-2026.pdf>

L'équipe de Tourisme Bas-Saint-Laurent est à pied d'œuvre depuis quelques mois déjà avec la campagne estivale. Afin de planifier votre prochain séjour, consultez le site bassaintlaurent.ca ou téléchargez le guide touristique officiel : <https://www.bassaintlaurent.ca/fr/publications/>.

À propos

***Tourisme Bas-Saint-Laurent** a pour mission de promouvoir le Bas-Saint-Laurent et développer une offre touristique durable afin de permettre une expérience visiteur de qualité. Les mandats de Tourisme Bas-Saint-Laurent consistent à assumer un leadership rassembleur, à promouvoir le Bas-Saint-Laurent et à développer l'offre touristique. Le tourisme au Bas-Saint-Laurent représente un secteur essentiel de son économie : 484 entreprises, 6 756 emplois, 479 millions de dollars en retombées touristiques annuellement. Tourisme Bas-Saint-Laurent bénéficie du soutien du ministère du Tourisme.*

– 30 –

Source et demandes d'entrevues :

Caroline Chassé, directrice relations avec le milieu et service aux membres

418 867-1272, poste 101

corporatif@bassaintlaurent.ca