

## **Bilan 2025 de Tourisme Montréal : plus de visiteurs dans la métropole**

La destination se démarque dans l'incertitude et consolide son positionnement touristique

**Montréal, le 17 février 2026** — Tourisme Montréal dresse le bilan de l'année touristique 2025, une année marquée par une performance en deux temps : un printemps teinté d'incertitude, puis une reprise soutenue qui permet de conclure l'année avec 11,9 millions de visiteurs, soit une croissance de 7,3 % par rapport à l'an passé. Cette progression témoigne de la résilience de la métropole, de la force du marché canadien et de la capacité de la destination à s'adapter rapidement dans un environnement mondial imprévisible.

### **Un nombre record de visiteurs canadiens**

Le marché canadien a progressé de 10 %, atteignant 8,8 millions de visiteurs, soutenu par une croissance observée dans l'ensemble des provinces, particulièrement dans les provinces de l'Atlantique (+17 %). Du côté américain, malgré des pointes de recul atteignant -12 % en juillet, l'année se termine sur une baisse plus modérée de -5 %. Les marchés internationaux affichent pour leur part une progression de 2 %. De son côté, la France se distingue particulièrement : les visiteuses et visiteurs français atteignent un sommet avec plus de 470 000 arrivées. Par ailleurs, les habitudes de planification ont évolué : alors que les voyages se réservent habituellement environ 90 jours à l'avance, ce délai s'est raccourci à près de 50 jours en 2025, reflet d'un contexte économique et géopolitique plus incertain.

### **Des dépenses touristiques au même horizon**

Les dépenses touristiques se maintiennent sensiblement au même horizon qu'en 2024, atteignant 5,8 G\$ en 2025. L'alimentation et l'hébergement, qui représentent à elles seules près de 75 % des dépenses, demeurent stables et confirment l'importance du tourisme comme moteur économique pour la métropole.

### **Appétit marqué pour Montréal**

Le site MTL.org a enregistré 11,8 millions de visites en 2025, en hausse de 14,5 % par rapport à 2024. Cette progression reflète l'intérêt soutenu pour la destination et l'efficacité des initiatives marketing déployées au cours de l'année par Tourisme Montréal. À titre d'exemple, la campagne *Libérez le fun en vous* a généré près de 50 millions de vues complètes de vidéos. Ces résultats confirment le rôle central de MTL.org comme plateforme de référence dans la planification d'un séjour à Montréal et comme levier stratégique de conversion pour la destination.

## **L'hébergement en croissance au fil de l'année**

Après un départ plus tiède en début d'année, la performance s'est progressivement redressée, le dernier trimestre ayant permis de compenser et d'atteindre un niveau comparable à 2024. Au total, plus de 90 journées ont enregistré un taux d'occupation supérieur à 80 %, soit 7 % de plus qu'en 2024, témoignant d'une demande soutenue malgré l'augmentation de l'offre. En 2025, l'inventaire hôtelier était en hausse, avec une augmentation de 4 % du nombre de chambres offertes par rapport à l'année précédente.

## **2026 : une année prometteuse**

L'année 2026 s'annonce particulièrement stimulante pour Montréal. Parmi les faits saillants à venir :

- La tenue des Championnats du monde sur route UCI. Plus de 10 jours de compétition du 20 au 27 septembre. Il s'agit du plus important événement sportif international à se dérouler à Montréal depuis les Jeux de 1976.
- Le changement de date du Grand Prix de Formule 1, désormais présenté en mai, avec l'objectif de recréer les performances historiques observées en juin
- Une effervescence du côté des festivals, avec une programmation renouvelée et ambitieuse qui viendra renforcer le positionnement de Montréal comme capitale des festivals en Amérique du Nord.

## **À propos de Tourisme Montréal**

Tourisme Montréal est un organisme privé sans but lucratif qui œuvre depuis plus de 100 ans à faire la promotion de la métropole parmi les destinations de calibre international auprès des différents marchés du tourisme d'agrément et d'affaires. À ce titre, l'organisme pilote le déploiement de stratégies d'accueil innovantes tournées vers un double objectif : assurer une expérience de qualité aux visiteuses et visiteurs et maximiser les retombées économiques du tourisme de façon harmonieuse et soucieuse des impacts à long terme pour la métropole. Fédérant plus de 1 000 membres œuvrant directement ou indirectement dans l'industrie du tourisme, Tourisme Montréal joue un rôle prépondérant dans la gestion et le développement de l'offre touristique montréalaise, ce qui l'amène à se prononcer sur les enjeux du développement économique, urbain et culturel de la métropole. Pour plus d'information, visitez le site [www.mtl.org](http://www.mtl.org).

- 30 -

**Source : Tourisme Montréal**

**Aurélie de Blois**

Porte-parole et conseillère principale en RP

514 918-5290 / [adeblois@mtl.org](mailto:adeblois@mtl.org)