



©Yves Ouellette via Flickr



©Andréanne Goupil (2017)



©Éric Forget via Flickr



©André Chivinski via Flickr

La saisonnalité en tourisme

Par **Andréanne Goupil**

Étudiante à la maîtrise en sciences géographiques, Université Laval

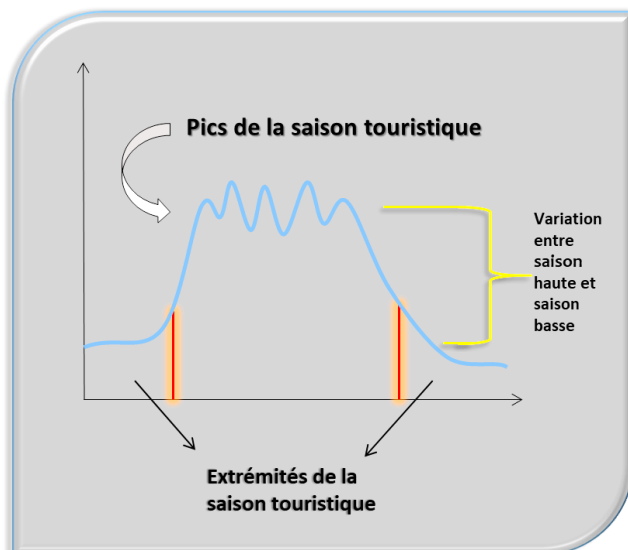
La saisonnalité est un aspect important de l'industrie touristique au Québec. Plus précisément, ce sont les régions en périphérie des centres urbains qui sont les plus affectées par cette problématique. En effet, les centres urbains bénéficiant d'une plus grande diversité dans l'offre touristique et ayant accès à une main d'œuvre étudiante toute l'année sont moins perturbés par ce phénomène. D'ailleurs, un des enjeux principaux dans le contexte de la saisonnalité est la disponibilité de la main d'œuvre pour des emplois touristiques saisonniers (Chantier sur la saisonnalité, 2010). D'ailleurs, BarOn (1975) est considéré comme le pionnier dans la recherche portant sur la saisonnalité par rapport au tourisme. Ses travaux datant de 1975 sont considérés comme les plus influents dans le domaine de la recherche sur ce concept. Dans ces recherches, BarOn a étudié le phénomène de la saisonnalité dans 16 pays à l'aide de données colligées sur une période de 17 ans. Ses travaux ont permis de confirmer qu'une multitude de facteurs de



l'industrie touristique fluctuent selon le mois de l'année, ce qui serait causé par la saisonnalité, et que plusieurs de ces facteurs sont mesurables (BarOn, 1975).

Selon M. BarOn, le concept de saisonnalité réfère au fait que différents facteurs, soit naturels ou institutionnels, affectent les activités touristiques tout au long de l'année. D'autres auteurs, tels que Butler et Mao (1997) présentent la saisonnalité comme une variation temporelle et spatiale des activités touristiques. Par exemple, elle peut être représentée par des variables quantitatives telles que le nombre de visiteurs, les dépenses des visiteurs, les taux d'occupation des hôtels, etc. Baum et Hagen (1999) présentent une définition de la saisonnalité axée sur le domaine de l'économie et de la finance afin de démontrer que ce concept n'est pas exclusif au tourisme et qu'il peut être utilisé dans divers domaines. Dans le contexte du tourisme, cela serait représenté, notamment, par la concentration du flux de touristes dans une période relativement courte de l'année (Hudson et Cross, 2005).

Butler (1994) affirme que «Seasonality is defined as an imbalance between supply and demand in a given tourist destination over the course of the year.». En 2001, il a redéfini ce concept comme «a temporal imbalance in the phenomenon of tourism, expenditure of visitors, traffic on highways and other forms of transportation, employment and admissions to attractions» (Butler, 2001). Du point de vue géographique, il est important de spécifier que la saisonnalité comprend un aspect spatial (Butler et Mao, 1997; Butler, 2001). Autrement dit, la saisonnalité varie tout dépendant de l'endroit où l'on se retrouve sur la planète (*ibid.*). Par exemple, il semble que la saisonnalité soit moins marquée plus l'on approche de l'équateur, mais que ce phénomène soit tout de même ressenti à cet endroit dû à des facteurs tant institutionnels que climatiques qui influencent les destinations d'origine des touristes (*ibid.*). De plus, d'autres chercheurs, tels que Murphy (1985) et Butler et Mao (1997), affirment qu'il est pertinent d'étudier la saisonnalité à différentes échelles, autant nationale que locale, urbaine que rurale.



En bref, tel que présenté dans le schéma ci-contre, la saisonnalité est la période de transition entre la saison touristique haute et la saison touristique basse. C'est précisément la variation entre ces deux types de saisons touristiques qui représente une problématique dans l'industrie du tourisme. Puisque ces deux périodes touristiques requièrent des ressources (naturelles, en main-d'œuvre, en territoire, en temps, etc.) en quantité différente, les entreprises doivent s'adapter afin de pouvoir survivre tout au long de l'année, malgré ces fluctuations.



Par ailleurs, il existe deux catégories de causes à la saisonnalité, soit les causes naturelles, telles que les conditions météorologiques, et celles institutionnelles, telles que les congés scolaires ou les jours fériés (BarOn, 1975; Baum et Lundtorp, 2001; Butler et Mao, 1997; Butler, 2001; Connell *et al.*, 2015; Hartmann, 1986). De plus, il existe différentes conséquences (positives et négatives) à ce phénomène (Baum et Lundtorp, 2001; Fernández-Morales *et al.*, 2016; Hinch et Jackson, 2000; Hudson et Cross, 2005; Pegg *et al.*, 2012).

Conséquences positives	Conséquences négatives
Libération du stress et temps de récupération pour les communautés touristiques	Concentration de la période d'activité (+ de risque et – de revenus)
Période pour réparation et amélioration des équipements et des établissements	Instabilité du marché de l'emploi
Temps de récupération pour l'environnement	Peu de nouveaux investissements (risque perçu trop grand)

Malgré l'existence de conséquences positives, la grande majorité des conséquences liées à saisonnalité sont perçues comme étant négatives. C'est pourquoi plusieurs chercheurs ont tenté de trouver des moyens afin d'amoindrir ou de modifier les effets de la saisonnalité sur l'industrie touristique. Certains acteurs de l'industrie suggèrent d'allonger la saison touristique principale, d'ajouter de nouvelles saisons touristiques, de diversifier le marché, de faire varier le prix tout dépendant la période de l'année, d'encourager la prise de vacances sur une plus longue période de temps, d'encourager le tourisme local dans les périodes de basse saison et même de mettre en place des évènements hors de la saison touristique, tels que des festivals ou des conférences (BarOn, 1975; Baum et Lundtorp, 2001; Butler et Mao, 1997).

Enfin, la saisonnalité est un phénomène complexe impliquant une multitude de facteurs de diverses natures (physique, économique, sociale) dans les lieux d'origine et de destination. Elle implique aussi un processus d'interaction entre ces mêmes facteurs et entre ces mêmes lieux (Butler et Mao, 1997). Autrement dit, les causes de la saisonnalité, qu'elles soient naturelles ou institutionnelles, interagissent entre elles et ne sont donc pas mutuellement exclusives dans l'avènement de cette problématique.



Références

- Aramberri, J. (2009) The future of tourism and globalization: Some critical remarks. *Futures, Futures of Tourism*, vol. 41, n°6, p. 367-376.
- BarOn, R. R. V. (1975) *Seasonality in tourism: a guide to the analysis of seasonality and trends for policy making*. London: The Economist Intelligence Unit. 91p.
- Baum, T. et Hagen, L. (1999) Responses to seasonality: the experiences of peripheral destinations. *International Journal of Tourism Research*, vol. 1, n°5, p. 299-312.
- Benur, A. M. et Bramwell, B. (2015) Tourism product development and product diversification in destinations. *Tourism Management*, vol. 50, p. 213-224.
- Butler, R. et Mao, B. (1997) Quality Management in Urban Tourism-Chapter 2- *Seasonality in Tourism: Problems and Measurement* (J. Wiley & Sons.). Chichester : Murphy, Peter E. 297p.
- Butler, R. W. (2001) *Chapter 2 - Seasonality in Tourism: Issues and Implications A2* - Baum, Tom. In S. Lundtorp (dir.), *Seasonality in Tourism, Advances in Tourism Research* (p. 5-21). Oxford : Pergamon.
- Chantier sur la saisonnalité (2010) *Chantier sur la saisonnalité (Fiche sectorielle-Tourisme)*. Site internet consulté le 3 mars 2017. <http://www.saisonnalite.com/library/pdf/Tourisme.pdf>
- Connell, J., Page, S. J. et Meyer, D. (2015) Visitor attractions and events: Responding to seasonality. *Tourism Management*, vol. 46, p. 283-298.
- Fernández-Morales, A., Cisneros-Martínez, J. D. et McCabe, S. (2016) Seasonal concentration of tourism demand: Decomposition analysis and marketing implications. *Tourism Management*, vol. 56, p. 172-190.
- Hinch, T. D. et Jackson, E. L. (2000) Leisure Constraints Research: Its Value as a Framework for Understanding Tourism Seasonability. *Current Issues in Tourism*, vol. 3, n°2, p. 87-106.
- Hudson, S. et Cross, P. (2005) *Chapter 14 - Winter sports destinations: dealing with seasonality A2* - Higham, James. *Sport Tourism Destinations* (p. 188-204). Oxford : Butterworth-Heinemann.
- Lundtorp, S. (2001) *Chapter 3 - Measuring Tourism Seasonality. Seasonality in Tourism, Advances in Tourism Research* (p. 23-50). Oxford : Pergamon.
- Murphy, P. E. (1985) *Tourism : a community approach*. New York : Methuen. 200p.

Pour citer cet article

Goupil, A. (2017). La saisonnalité en tourisme, Chaire de recherche en partenariat sur l'attractivité et l'innovation en tourisme (Québec et Charlevoix), Capsules touristiques, Université Laval, mis en ligne le 8 août 2017, 4 pages, http://www.chairedetourisme.ulaval.ca/assets/documents/Capsules_touristiques/A_Goupil/Saisonnalite_en_tourisme_A_Goupil.pdf