

## L'INDUSTRIE TOURISTIQUE REGARDE VERS L'AVENIR ALORS QUE LA PROVINCE PRÉPARE L'ÉTAT DE LA PROVINCE

**Fredericton, N.-B., le 28 janvier 2026** — À l'approche du discours sur l'état de la province qui sera prononcé jeudi soir, l'Association de l'industrie touristique du Nouveau-Brunswick (AITNB) souligne l'importance du tourisme comme pilier de l'économie provinciale et secteur bien placé pour soutenir la croissance à long terme.

Le tourisme génère environ 2,7 milliards de dollars d'activité économique annuelle au Nouveau-Brunswick, soutenant des dizaines de milliers d'emplois et d'entreprises dans la province. La stratégie touristique 2026-2031 du Nouveau-Brunswick, récemment publiée, fournit un cadre clair pour tirer parti de cette base, avec pour objectif de porter les revenus touristiques annuels à 3,7 milliards de dollars d'ici cinq ans.

Alors que la province se penche sur les priorités énoncées dans le discours sur l'état de la province, l'AITNB note que l'orientation définie dans la nouvelle stratégie touristique reflète bon nombre des enjeux et des perspectives régulièrement soulevés par les opérateurs touristiques du Nouveau-Brunswick. En particulier, les discussions au sein de l'industrie continuent de mettre l'accent sur trois grands enjeux :

- Renforcer le tourisme tout au long de l'année et le développement de produits régionaux.
- Soutenir le marketing stratégique et la croissance du marché.
- Assurer une main-d'œuvre durable et des entreprises touristiques résilientes.

« Ces priorités s'alignent étroitement sur la stratégie touristique 2026-2031 de la province et reflètent les réalités auxquelles sont confrontés les opérateurs touristiques du Nouveau-Brunswick », a déclaré Ginette Doiron, PDG de l'AITNB. « Le tourisme apporte déjà une valeur ajoutée considérable à la province, et la nouvelle stratégie fournit une base solide pour guider sa croissance continue. »

### **Les investissements dans le tourisme génèrent des retombées économiques mesurables**

Les données nationales démontrent constamment que les investissements stratégiques dans le tourisme génèrent des retombées économiques importantes. Une analyse nationale récente a révélé que chaque dollar investi dans Destination Canada génère 16,65 dollars de dépenses touristiques et 23,85 dollars d'impact économique total, y compris les effets indirects et induits.

« Ces résultats renforcent le rôle du tourisme en tant qu'outil de développement économique éprouvé », a ajouté Mme Doiron. « Avec la province qui débute la mise en œuvre de sa stratégie touristique, la collaboration continue entre le gouvernement et l'industrie permettra d'atteindre son plein potentiel. »

La Stratégie touristique 2026-2031 a été élaborée à la suite de consultations approfondies avec l'industrie, les collectivités et les partenaires de toute la province, et établit une feuille de route commune pour guider la croissance du tourisme durant les cinq prochaines années. L'AITNB publiera un commentaire de son PDG à la suite du discours sur l'état de la province.

- 30 -

**À propos :** L'Association de l'industrie touristique du Nouveau-Brunswick (AITNB) représente l'ensemble de l'industrie touristique du Nouveau-Brunswick en unissant les opérateurs, les professionnels et les partenaires pour bâtir une industrie plus solide et plus durable. La mission est de faire du tourisme une industrie clé, durable et innovante, qui contribue activement au développement culturel, social et économique de la province.

### **Relations médiatiques :**

Anthony Azard  
Communications et affaires publiques  
Association de l'industrie touristique du Nouveau-Brunswick  
[anthony.azard@audaciacommunication.ca](mailto:anthony.azard@audaciacommunication.ca) • (506) 777-8384

