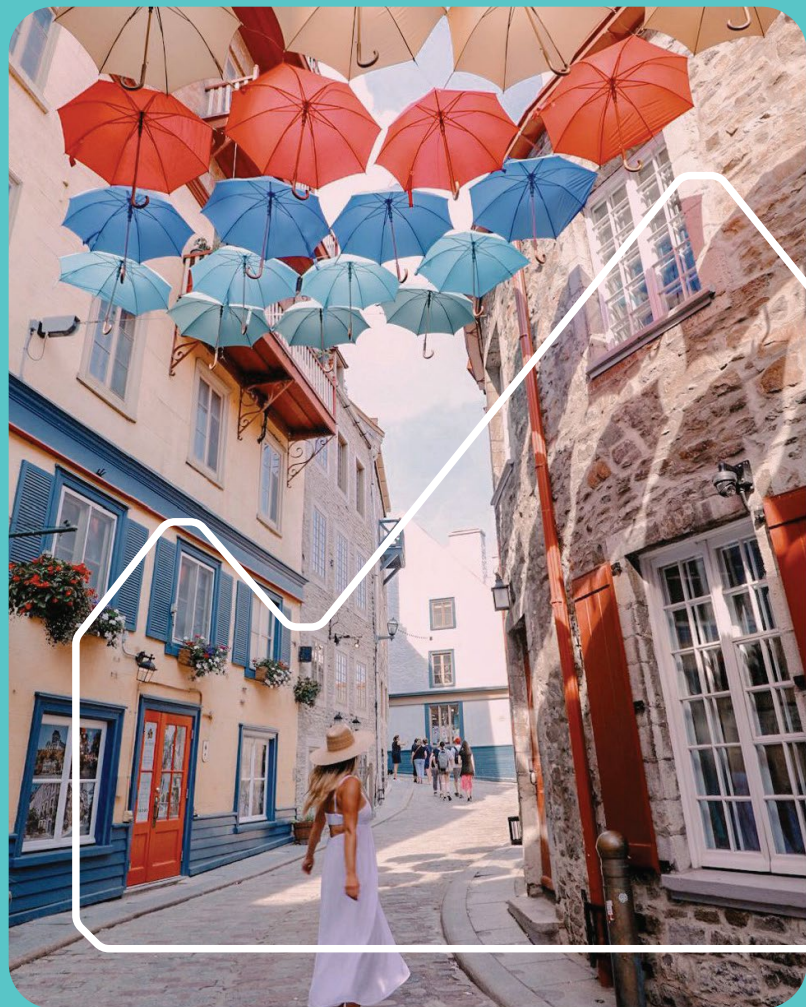


# Assemblée Générale Annuelle

10 juin 2025

Destination  **QUÉBEC** cité



# Mot de la présidente



# Assemblée générale annuelle

## Ordre du jour

- Mot de bienvenue
- Ouverture de l'AGA
- Mot de Mme Lucie Charland, présidente du conseil
- Adoption de l'ordre du jour
- Adoption du procès-verbal de l'AGA 2024
- Mot de Mme Mélissa Coulombe-Leduc, Ville de Québec
- Performances touristiques et états financiers 2024
- Projets 2025, en cours et à venir
- Approbation de la nomination d'administrateurs au conseil

## *Pause-café*

- Présentation des officiers et des administrateurs du conseil 2025-2026
- Levée de l'AGA

*Conférence de Marc-Antoine Vachon*



# Adoption de l'ordre du jour



# Adoption du procès-verbal du 10 juin 2024



# Mot de Mme Mélissa Coulombe-Leduc

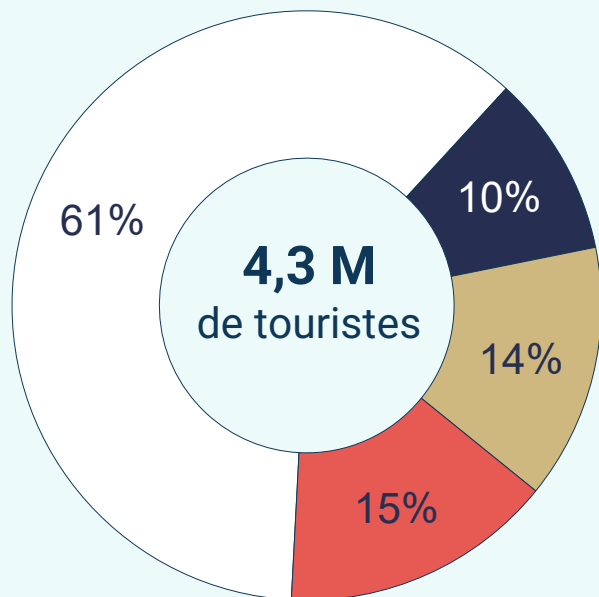


# Performances touristiques et états financiers 2024

The background of the slide features a stylized, minimalist mountain range in a light blue color. The mountains are composed of various geometric shapes like triangles and polygons, creating a layered effect. They are positioned behind the text, with some peaks appearing above the title and others extending towards the bottom of the frame.



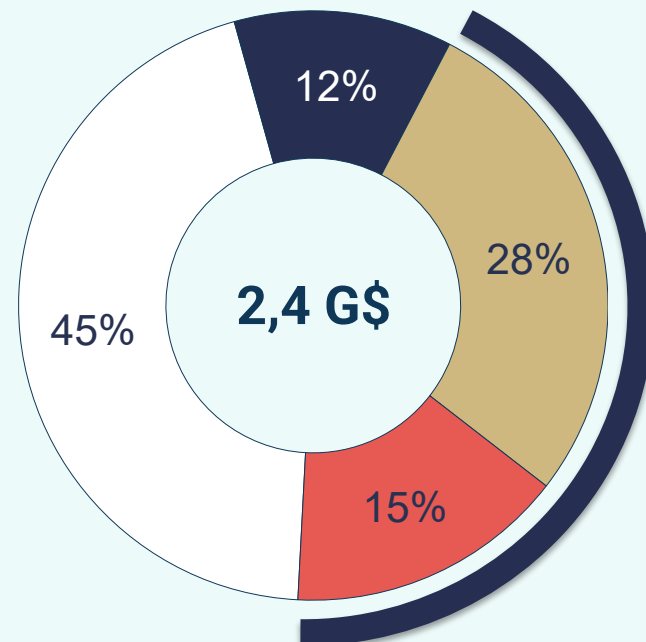
## Volume de touristes – 2024<sup>pr</sup>



+ 4,7 M d'excursionnistes



## Dépenses touristiques - 2024



1,04 G\$ d'entrées  
nettes de devises  
étrangères





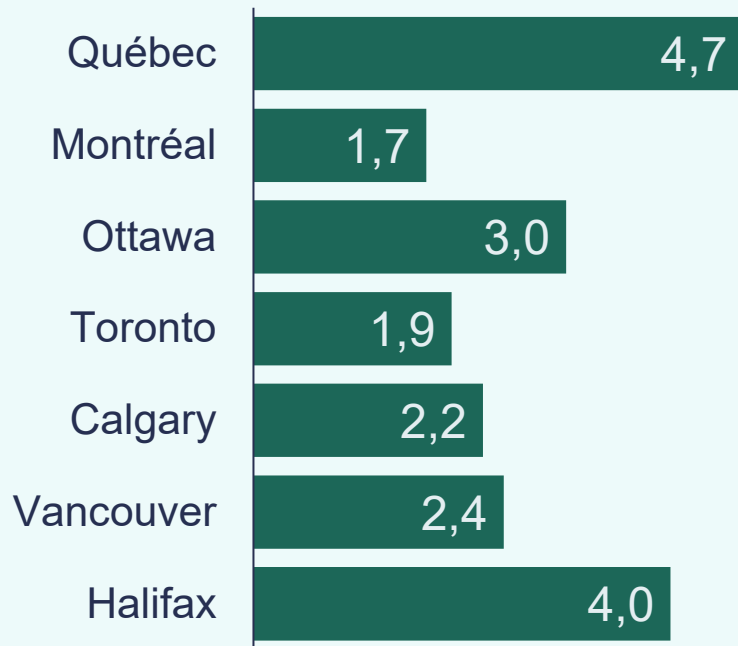
**+ 12 %**

**Croissance annuelle 2024/2023 des dépenses  
touristiques dans la région de Québec**

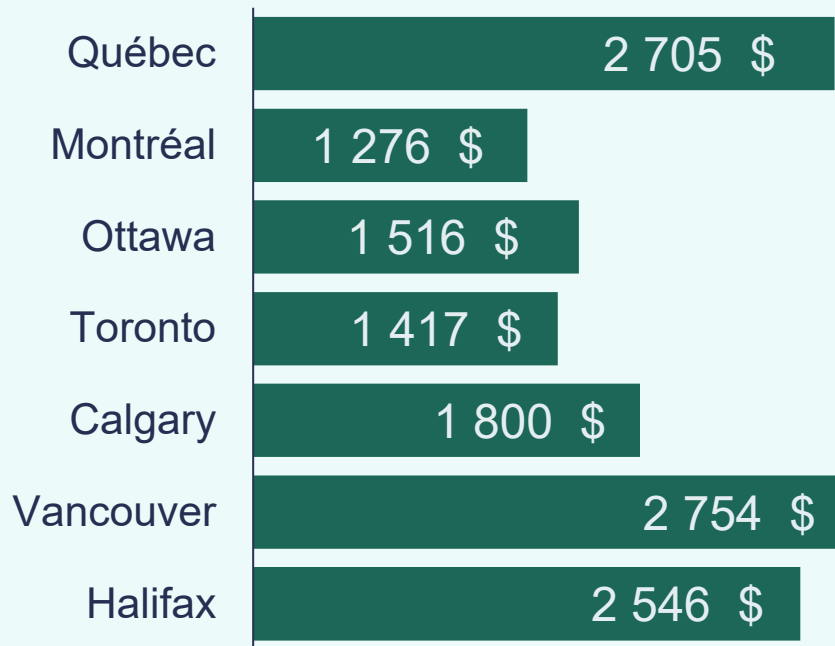
**États-Unis : + 21 %**



## Nombre de touristes par habitant 2024<sup>pr</sup>



## Dépenses touristiques par habitant 2024





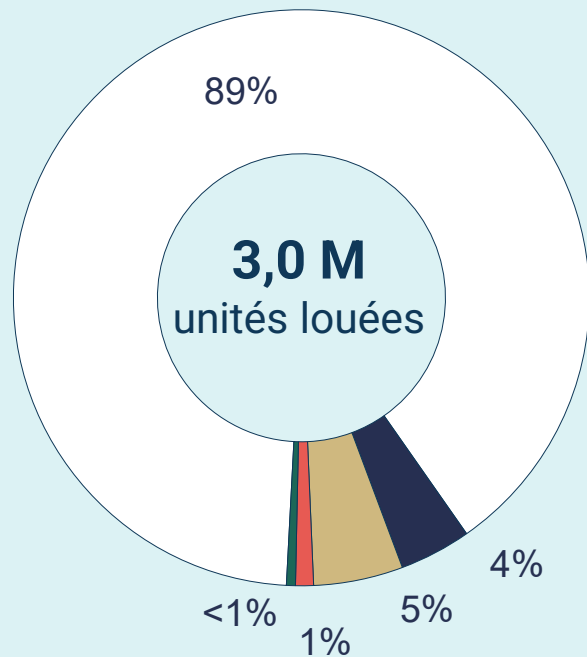
3 471 382

**Nombre de nuitées louées en hébergement touristique**  
*Hébergement commercial et collaboratif – 2024*

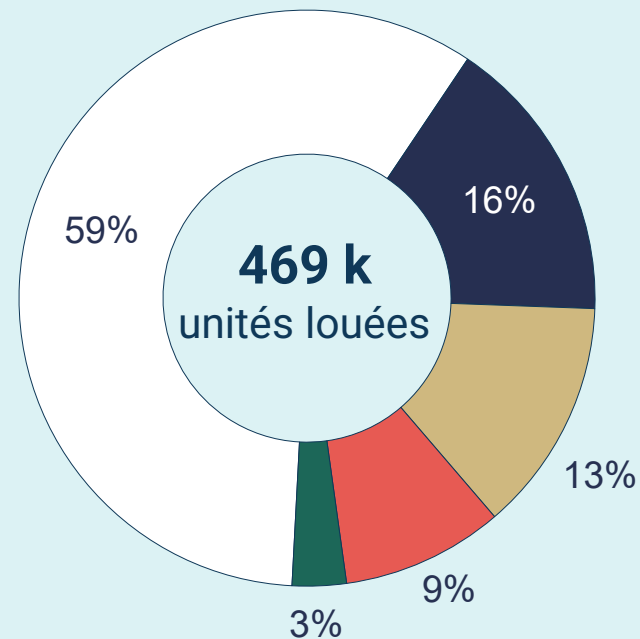
**+ 2,8 % vs 2023**



## Hébergement commercial



## Hébergement collaboratif



# États financiers

(pour l'exercice terminé le 31 décembre 2024)

		2024		2023
		BUDGET (\$)	RÉEL (\$)	RÉEL (\$)
REVENUS	Taxe sur l'hébergement	21 700 000	24 407 762	21 622 572
	Secteur public	11 724 775	12 236 895	12 849 436
	Secteur privé	1 861 428	1 878 321	1 829 385
	Total des revenus	35 286 203	38 522 978	36 301 393
CHARGES	d'opération	31 739 469	33 361 050	29 981 825
	de programmes	5 000 238	6 871 401	6 742 376
	Total des charges	36 739 707	40 232 451	35 724 201
Excédent (insuffisance) des revenus sur les charges		(1 453 504)	(1 709 473)	577 192
Appropriation de résultats cumulés antérieurs		1 453 504		
Résultats nets budgétés		-		

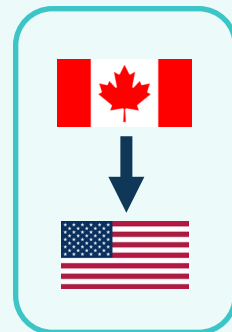
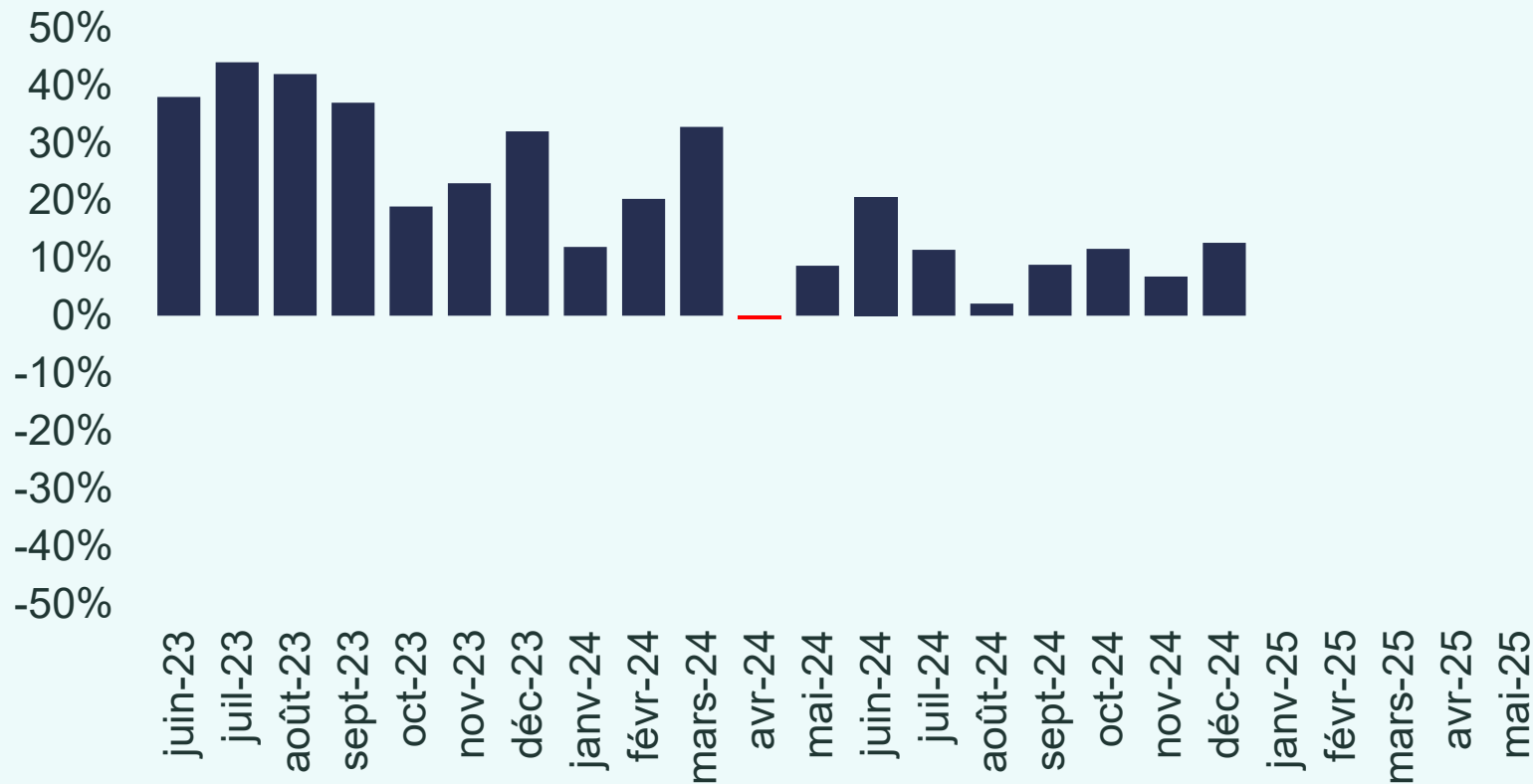
# Perspectives et projets touristiques 2025





# Nombre de visiteurs canadiens aux États-Unis (voie terrestre)

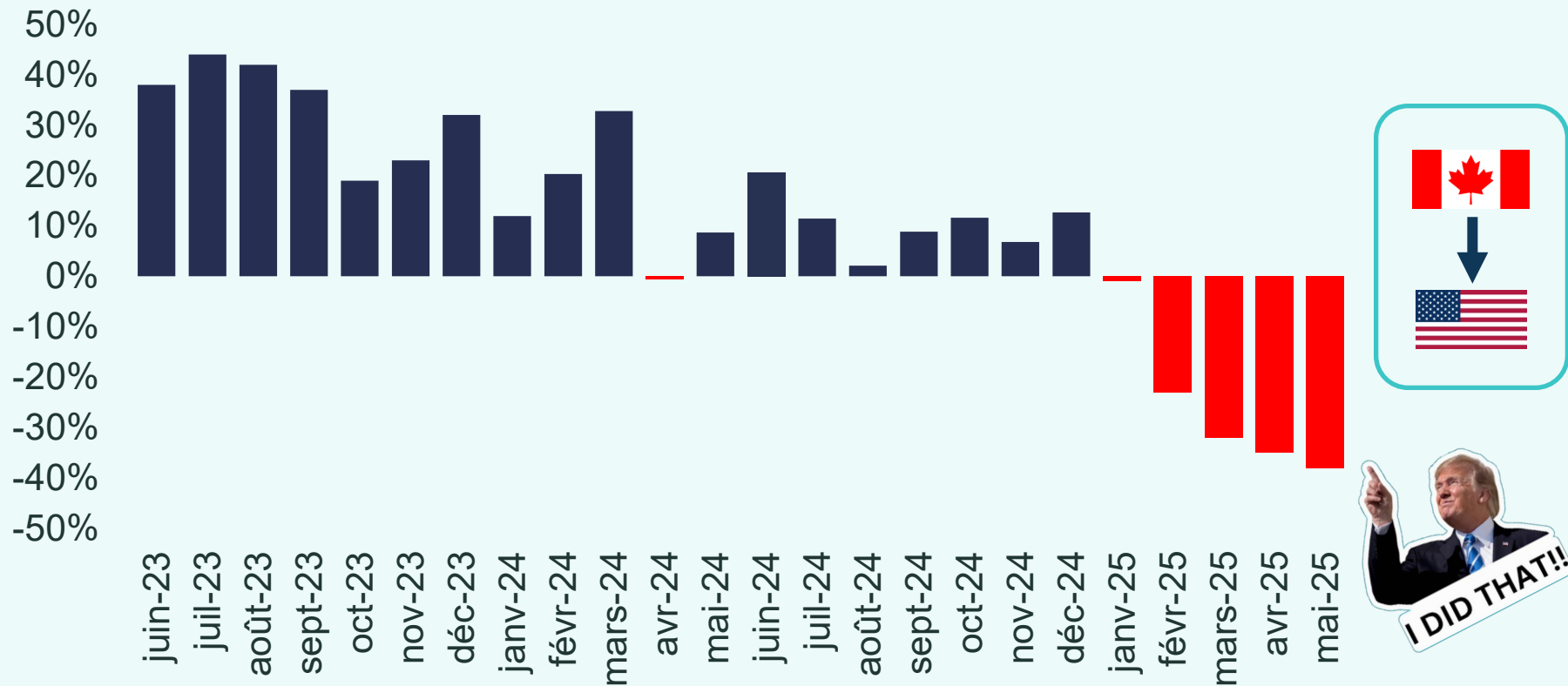
Croissance year-over-year – 24 derniers mois





# Nombre de visiteurs canadiens aux États-Unis (voie terrestre)

Croissance year-over-year – 24 derniers mois

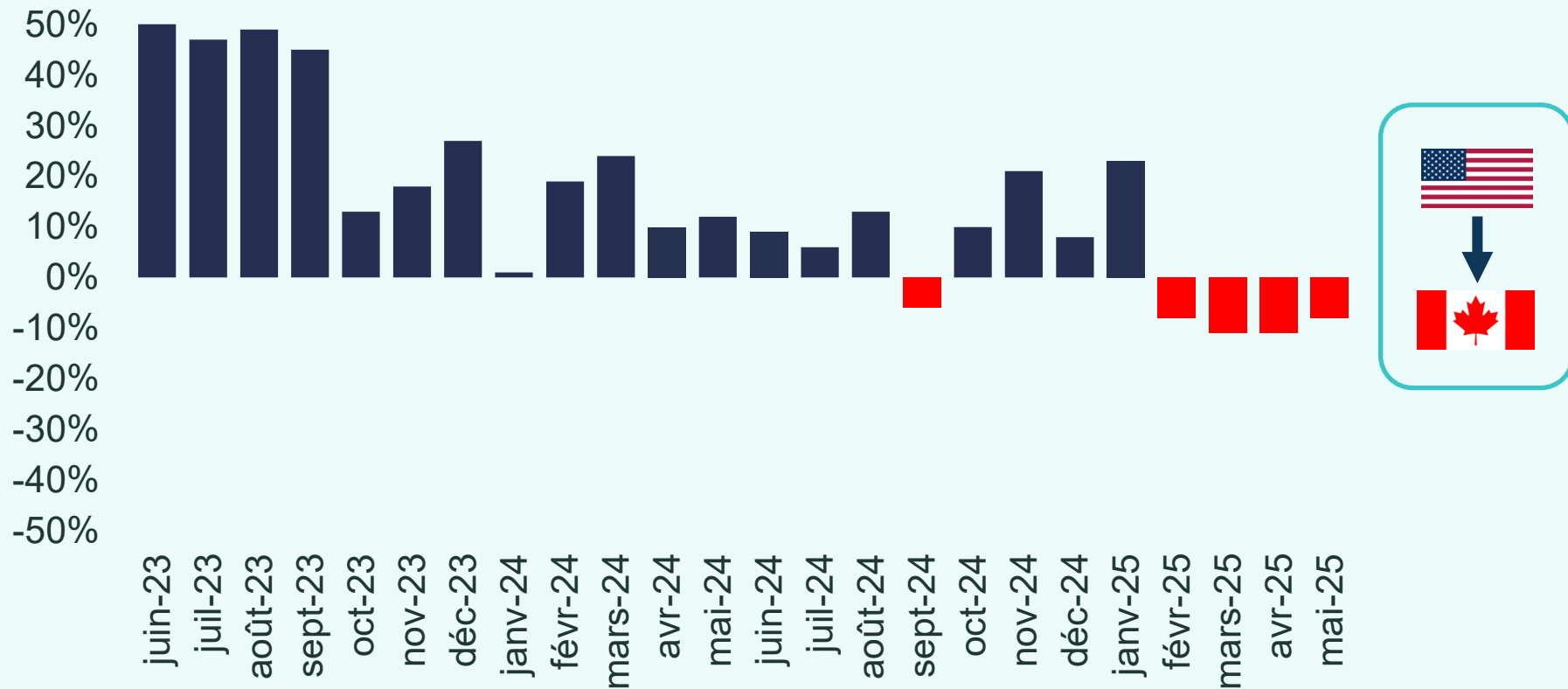






# Nombre de visiteurs américains au Canada (voie terrestre)

Croissance year-over-year – 24 derniers mois





## Les Québécois considèrent de moins en moins les États-Unis comme destination voyage

35%

30%

25%

20%

15%

10%

5%

0%

oct-24

nov-24

déc-24

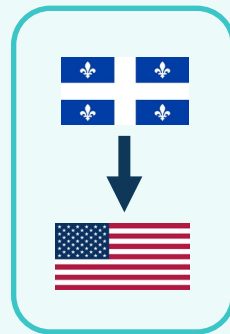
janv-25

févr-25

mars-25

avr-25

mai-25





**L'inverse, soit une baisse des Américains considérant  
le Canada comme une destination voyage,  
n'est pas observable actuellement**

35%

30%

25%

20%

15%

10%

5%

0%

oct-24

nov-24

déc-24

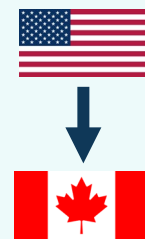
janv-25

févr-25

mars-25

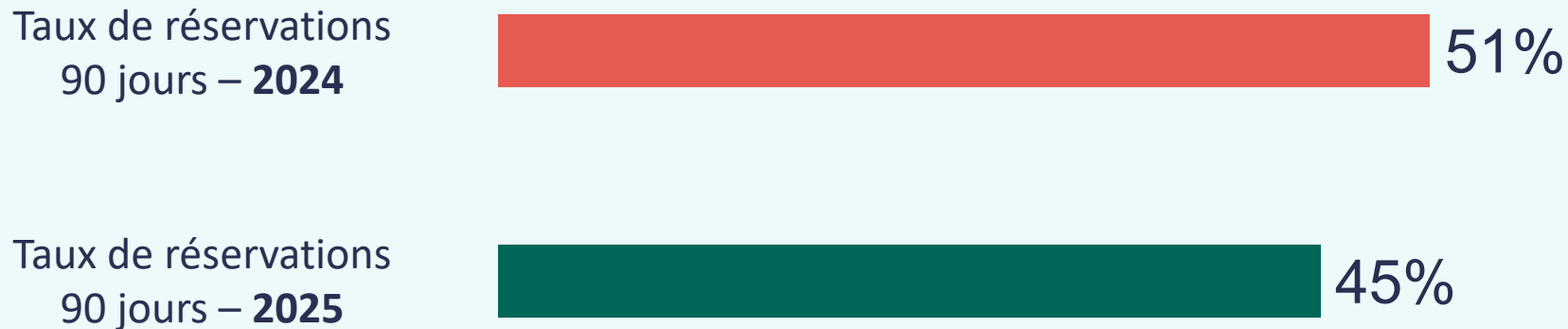
avr-25

mai-25





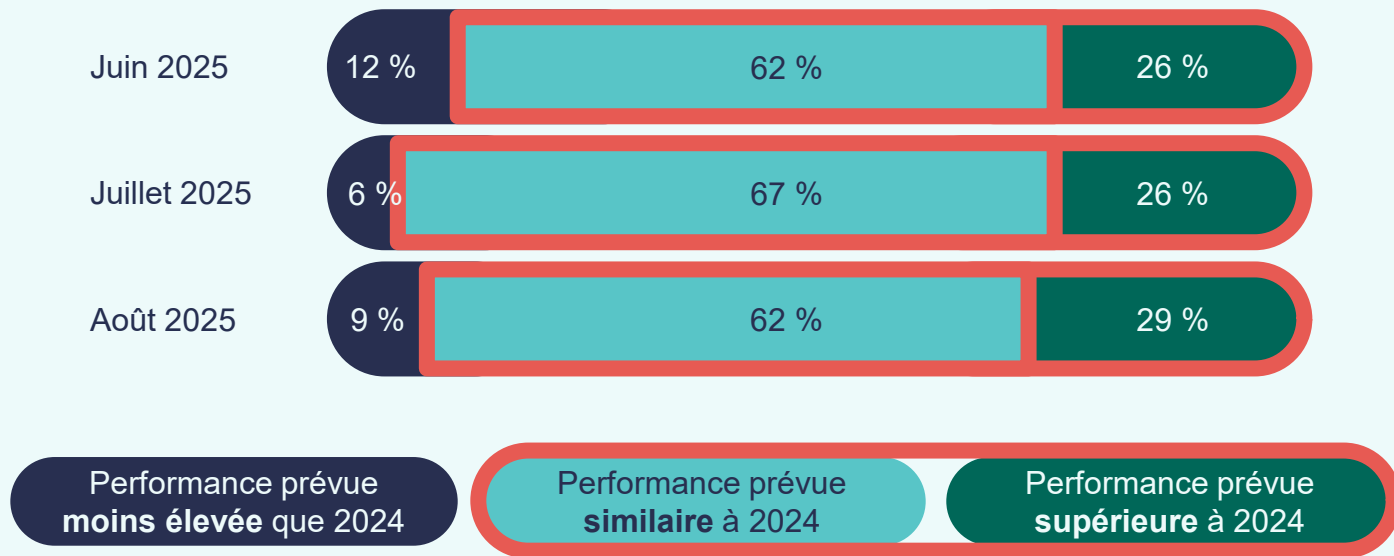
## Les réservations hôtelières à court et moyen terme sont légèrement en retard par rapport à la même période l'an passé



*\*moyenne des 5 dernières mesures hebdomadaires*



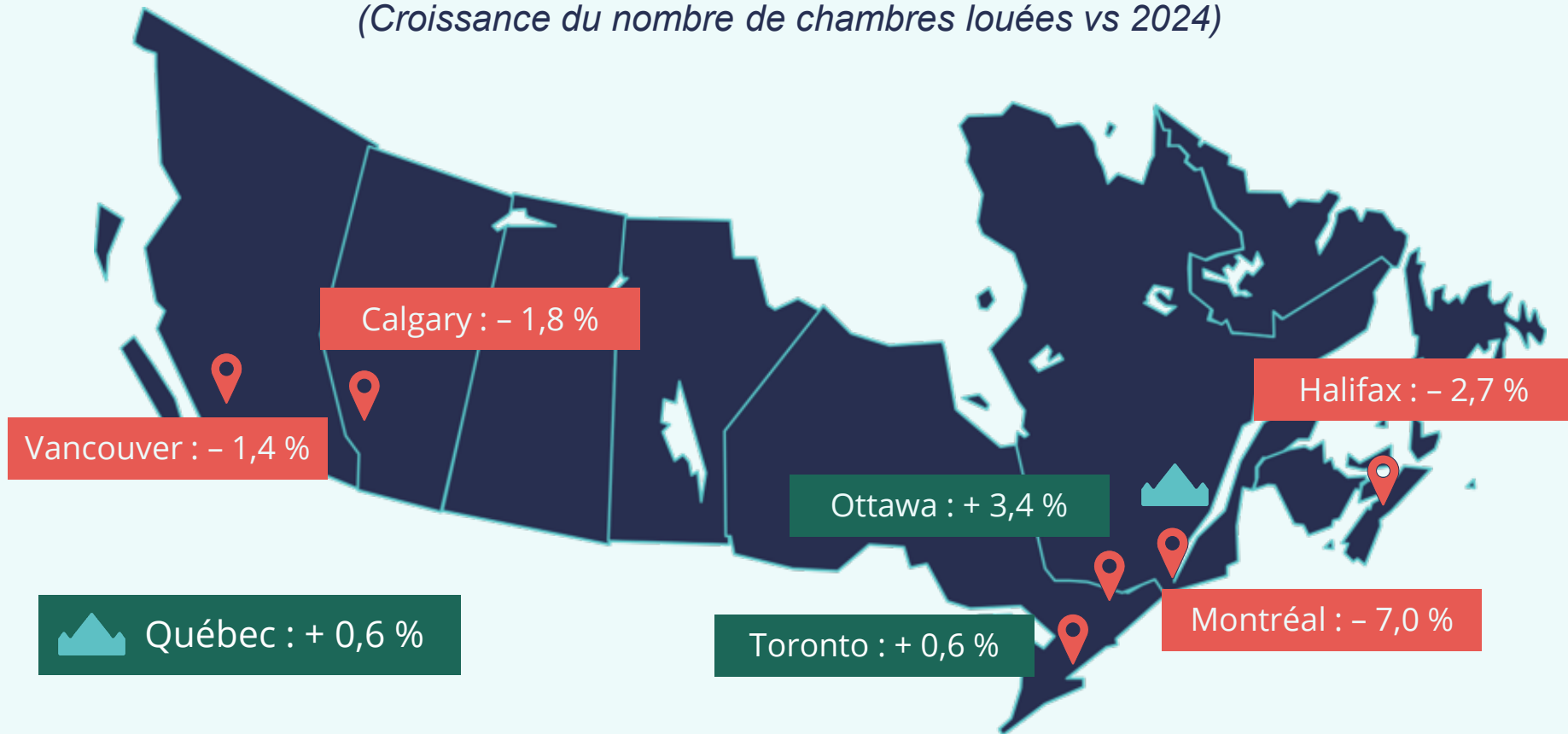
## Malgré tout, les hôteliers sont optimistes pour l'été à venir





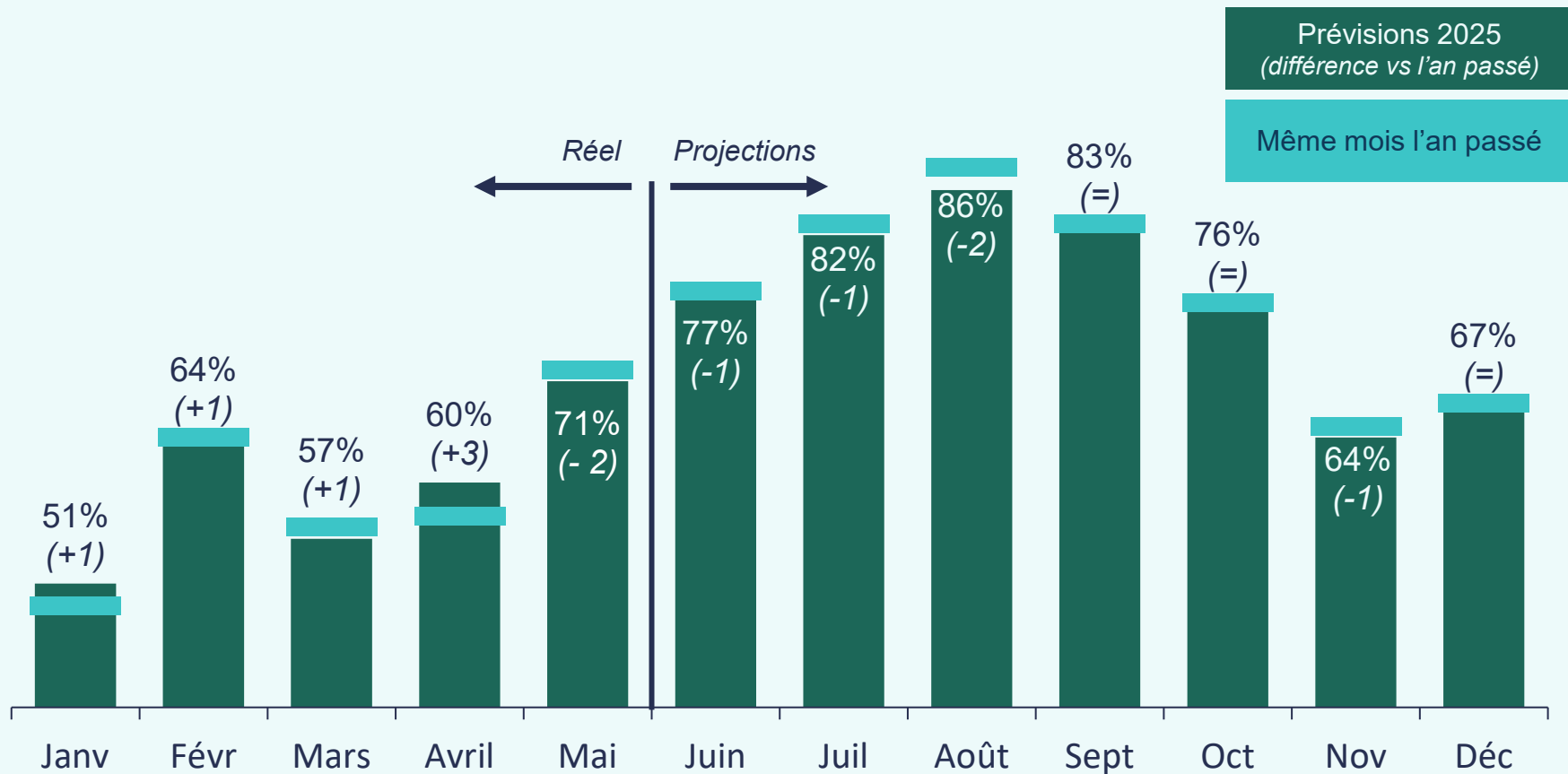
# Québec s'en tire bien par rapport aux autres destinations canadiennes en 2025

*(Croissance du nombre de chambres louées vs 2024)*



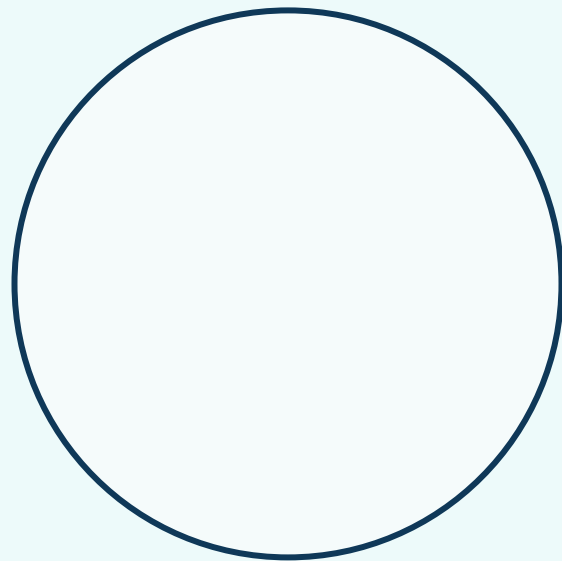
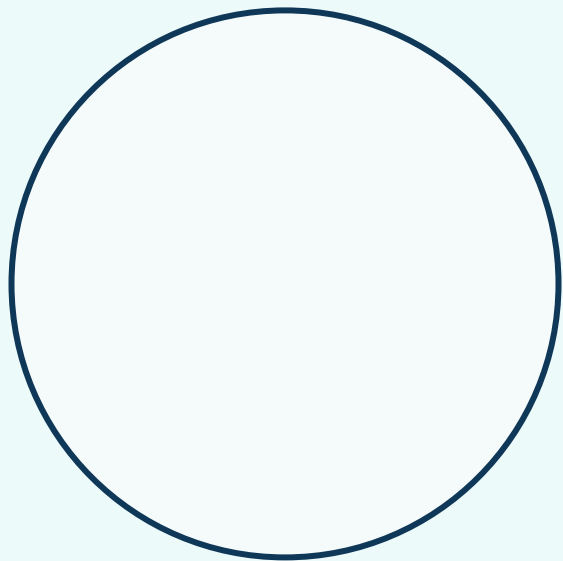


## Taux d'occupation prévus - 2025





## Projets 2025





# Un zoom sur les dépenses du cœur touristique de Québec

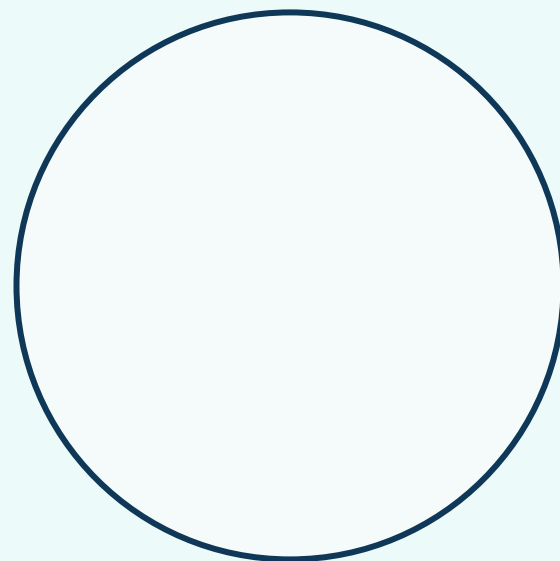


## Moneris

- ✓ Mensuel
- ✓ Par secteur d'activité
- ✓ Par provenance
- ✓ Incluant les locaux!



## Projets 2025



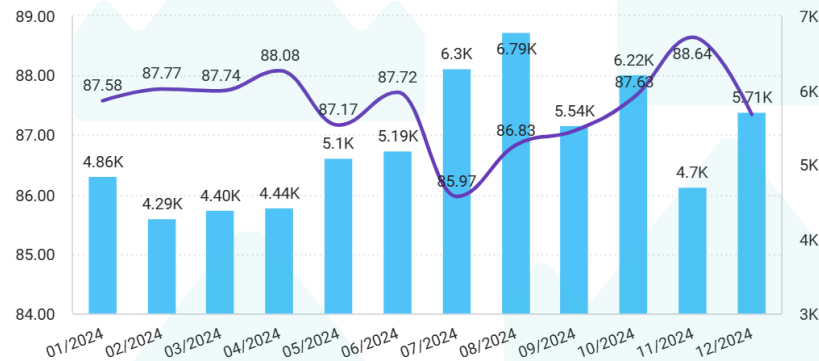
Hébergement	82,8 %
Aliments et boissons	87,5 %
Sites et attractions	89,9 %
Commerce de détail et <i>magasinage</i>	87,9 %
Services	85,5 %

RPS

85.29

Avis

648,802





## Projets 2025





# Performance touristique - Région de Québec



## Hébergement

Mois sélectionné : Mois: avr. 2025 (1) ▾

### Hébergement commercial

Nuitées louées  
210,1 k  
↑ 10.3%

### Hébergement collaboratif

Nuitées louées  
28,1 k  
↑ 20.8%

## Autres indicateurs touristiques

Mois sélectionné : Mois: avr. 2025 (1) ▾

### Activités d'information et d'accueil

Total  
906

### Aéroport International Jean-Lesage (YQB)

Total passagers  
143 396

## Performance territoriale de l'hébergement commercial (4 unités et plus)

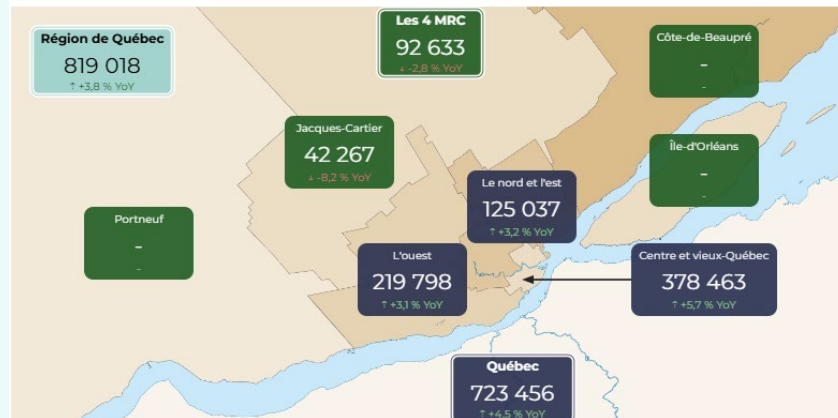
Carte interactive par indicateur

Indicateur: Unités louées ▾

Année: 2025 (1) ▾

Mois ▾

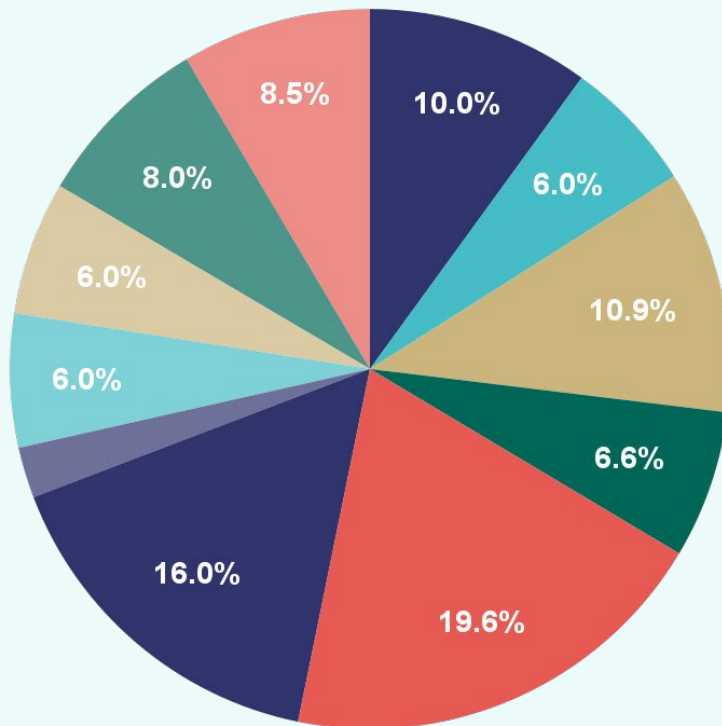
Taille de l'établissement: Total des chambres (1) ▾





# Budget 2025

- Production
- Intelligence et Mesure de performance
- Marketing Intra-Québec
- Marketing France
- Marketing États-Unis
- Marketing Canada
- Marketing Expériences
- Projet Tous Marchés
- Édition
- Plateformes numériques
- Contingence



**11 millions \$**



# Répartition budgétaire par marché 2025 (au départ)

## Vue d'ensemble

### Intra-Québec



1 199 000 \$  
budget recommandé

791 000 \$  
Avril à août

407 000 \$  
Septembre à mars

### Canada



1 758 000 \$  
budget recommandé

1 096 852 \$  
Avril à août

661 000 \$  
Septembre à mars

**OUEST - ÉTÉ  
(AITQ)**

### États-Unis



2 158 250 \$  
budget recommandé

1 258 950 \$  
Avril à août

839 300 \$  
Septembre à mars

### France



729 000 \$  
budget recommandé

250 000 \$  
Avril à août

479 000 \$  
Septembre à mars

**FRANCE - ÉTÉ  
(AITQ)**





# Ajustements marketing 2025 pour bonifier notre présence

Nouveau!

## Situation aux États-Unis

- Plus de **3 M\$ sur l'été**, soit un peu plus de 50 % de notre budget pour cette année sans la contingence prévue, pour s'adapter au prévisionnel.
- **Bonification de 500 000 \$** en réaction à la situation actuelle aux États-Unis et de l'incertitude sur tous les marchés :
  - ROC - Maritimes : + 68 307 \$ (+44 % de plan test actuel)
  - Ouest : + 284 037 \$ (+113 % du plan AITQ)
  - France : + 80 817 \$ (+32 % du plan AITQ)
- Montants en contingence pour s'ajuster selon la performance (prévisionnelle) et selon le contexte.







# Campagne vidéos courtes

Tous marchés

Nouveau!

- Diffusion de vidéos courtes de 30s et 15s
- Mise en valeur de la destination à travers divers endroits (près de 25 vidéos au total)
- Intégration d'informations de type *fun facts*
  - Un petit détail bien raconté transforme un lieu connu en coup de cœur inattendu
  - Accroche immédiate en plus de donner envie d'en savoir plus
  - Passer du « beau décor » à une histoire ou une surprise mémorable



# Michelin

Plan d'action 2025 :  
l'excellence culinaire



**Quand l'excellence  
est au rendez-vous,  
même le ciel  
s'incline.**





Les étoiles Michelin brillent  
maintenant aussi dans le ciel de Québec.





# Explore

## Toujours plus de points de contact

- Codes QR installés dans divers lieux touristiques stratégiques (en continu)
- Bornes interactives chez des partenaires touristiques (ex.: Centre infotouriste)
- Placements publicitaires numériques ciblés
- Habillages à destination faisant rayonner Explore et la marque touristique
- Stations iPad situées chez divers partenaires

Nouveau!





# Bonification de la plateforme Explore

## Fonctionnalités améliorées

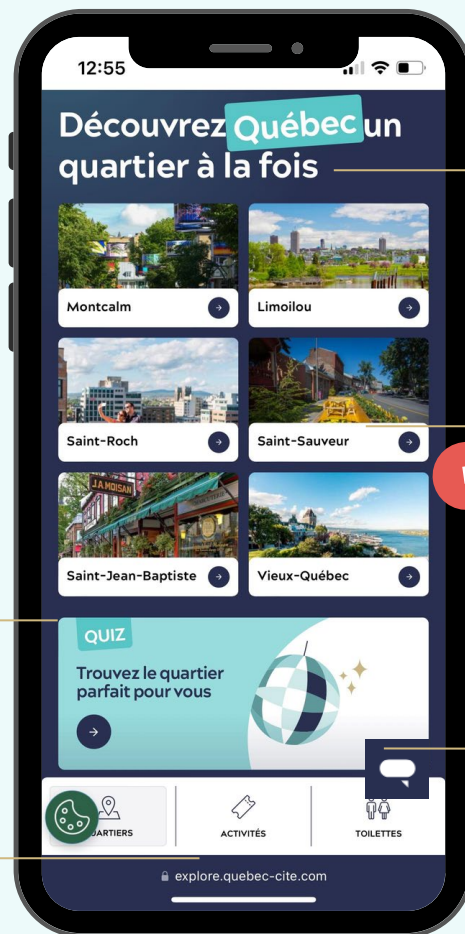
Développer une plateforme numérique, facile d'utilisation, répondant au contexte, aux défis touristiques rencontrés et aux objectifs identifiés.

### Jeu questionnaire

Orienté le visiteur et propose un itinéraire

### Concierge virtuel

Fournit de l'information supplémentaire



### Informations touristiques

Suggère des quartiers et des MRC, hors des circuits traditionnels

### Planificateur de déplacement

Permet aux visiteurs de choisir un trajet en mobilité douce pour se rendre dans le quartier ou la MRC de leur choix.

### Agent conversationnel (Chatbot)

Agent conversationnel pour répondre aux questions du visiteur



## Plan stratégique 2026-2028

- En 2025, les travaux menant à l'élaboration du prochain Plan stratégique triennal de l'organisation se poursuivent.
- DQc mise sur une approche collaborative pour tirer profit des expériences et expertises de toutes ses parties prenantes.
- La Division de l'intelligence d'affaires et de l'innovation numérique continuera à être particulièrement impliquée dans ce chantier.

### Démarche globale

Recherche  
Consultation  
Décision  
Rédaction  
Diffusion



# Commercialisation internationale







# Marchés cibles 2025

## Commercialisation internationale

### → Marchés prioritaires

Prospection active, partenariats médias, soutien aux initiatives de l'AITQ et de Destination Canada.

- ◆ États-Unis

### → Marchés secondaires

Prospection active, partenariats médias, soutien aux initiatives de l'AITQ et de Destination Canada.

- ◆ Canada et France

### → Marchés d'opportunité

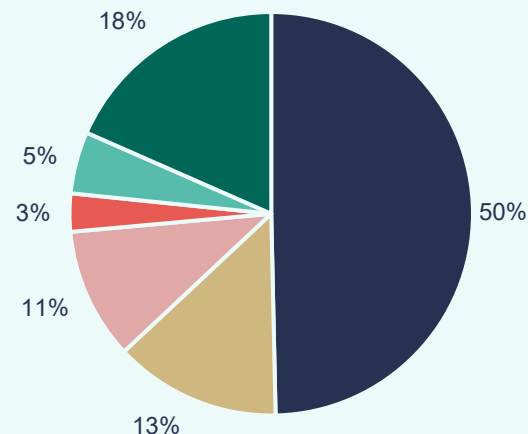
Principalement soutien aux initiatives de l'AITQ et de Destination Canada.

- ◆ Mexique, Royaume-Uni- Allemagne et Asie

**2,6 millions \$**

## Budget 2025

- États-Unis
- France
- Canada
- Mexique
- International
- Multi-marchés





# Croisières internationales

Développement des affaires

2025



## Exclus

- ▲ Québec
- ▲ Ontario
- ▲ Les destinations soleil



# Croisières internationales 2025

## Développement des affaires

- **104** Navires attendus
- **21** Navires en embarquement / débarquement
- **132 000** Croisiéristes attendus entre mai et octobre

**Bon coup : Accueil du premier bateau de croisière hivernal (Ponant)**





# TBEX Amérique du Nord

## Stratégie d'influence

### → Participation

- ◆ 350 inscriptions de créateurs de contenu
- ◆ 30 VIP invités par DQc
- ◆ 50 commanditaires

### → Activités prévues

- ◆ 14 pré-tours dans la région (350 participants)
- ◆ Tournée *foodie* avec Allison Van Rassel
- ◆ 10 post-tours de 3 à 4 jours dans la province, dont 2 dans la région (70 participants qualifiés)
- ◆ 3 soirées officielles
- ◆ 2 jours de conférences







# Travel Classics

## Relations de presse

### → L'événement Travel Classics

- ◆ Série de conférences professionnelles destinées à la crème des rédacteurs et journalistes spécialisés en voyages
- ◆ S'adresse aux rédacteurs professionnels ayant publié au moins trois articles majeurs dans des publications reconnues au cours des 18 derniers mois

### → 13 au 16 octobre 2025

- ◆ 45 rédacteurs
- ◆ 8 éditeurs
- ◆ Activités mettant la région et la province à l'honneur (pré-tours, activités, soirées)
- ◆ Au Fairmont Le Château Frontenac



**TRAVEL CLASSICS**

*The Best Writing About the Best Places on Earth*



# Académie Québec cité

## Réseau de distribution

### → Actions de promotion prévues en 2025

- ◆ Réactivation du concours et maintien de la carte privilège premium
- ◆ Approches auprès de AAA et CAA
- ◆ Envois ciblés et infolettres
- ◆ Promotion dans les missions et événements en marché (cartes d'affaires, affiches, etc.)



# Québec Destination affaires







# Une année marquante

## Faits saillants

- **Nouvelle direction** avec l'arrivée de Caroline Lepage à la Direction générale
- Renforcement de l'équipe avec **trois nouveaux délégués** commerciaux
- Participation à **53 événements majeurs** de l'industrie
- Mention de **meilleure destination internationale en tourisme d'affaires** par *Smart Meetings* (É.-U.)



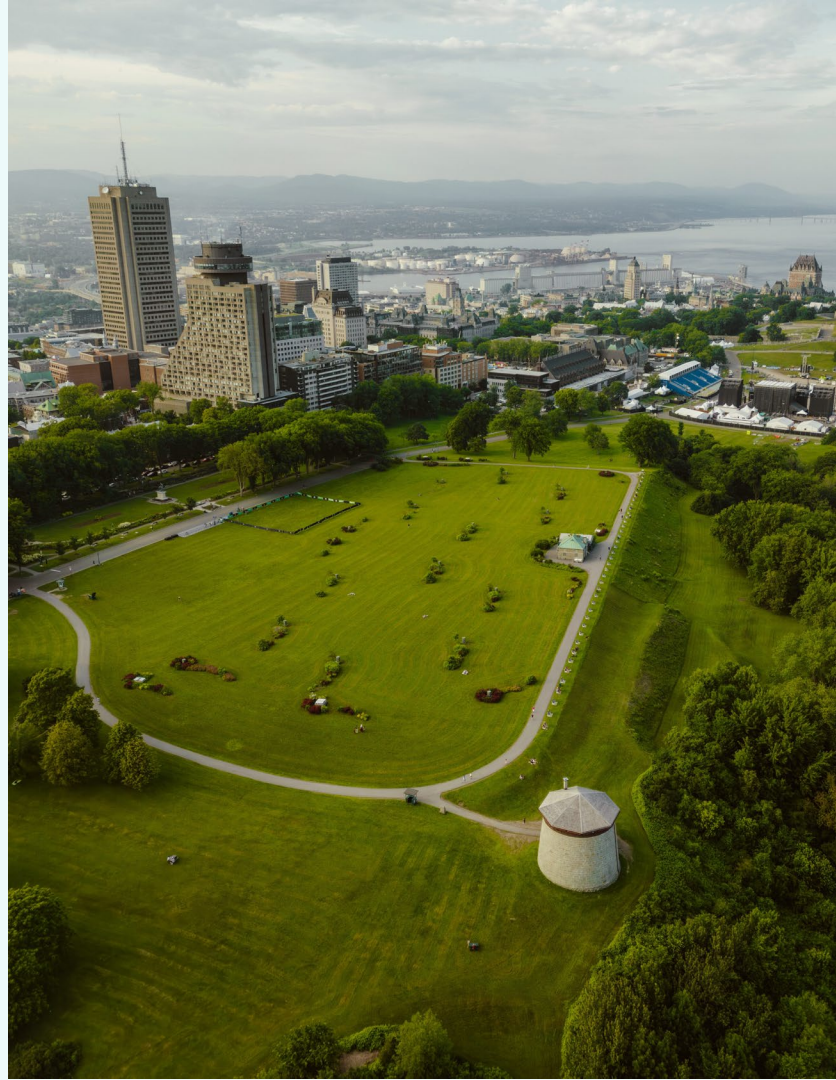




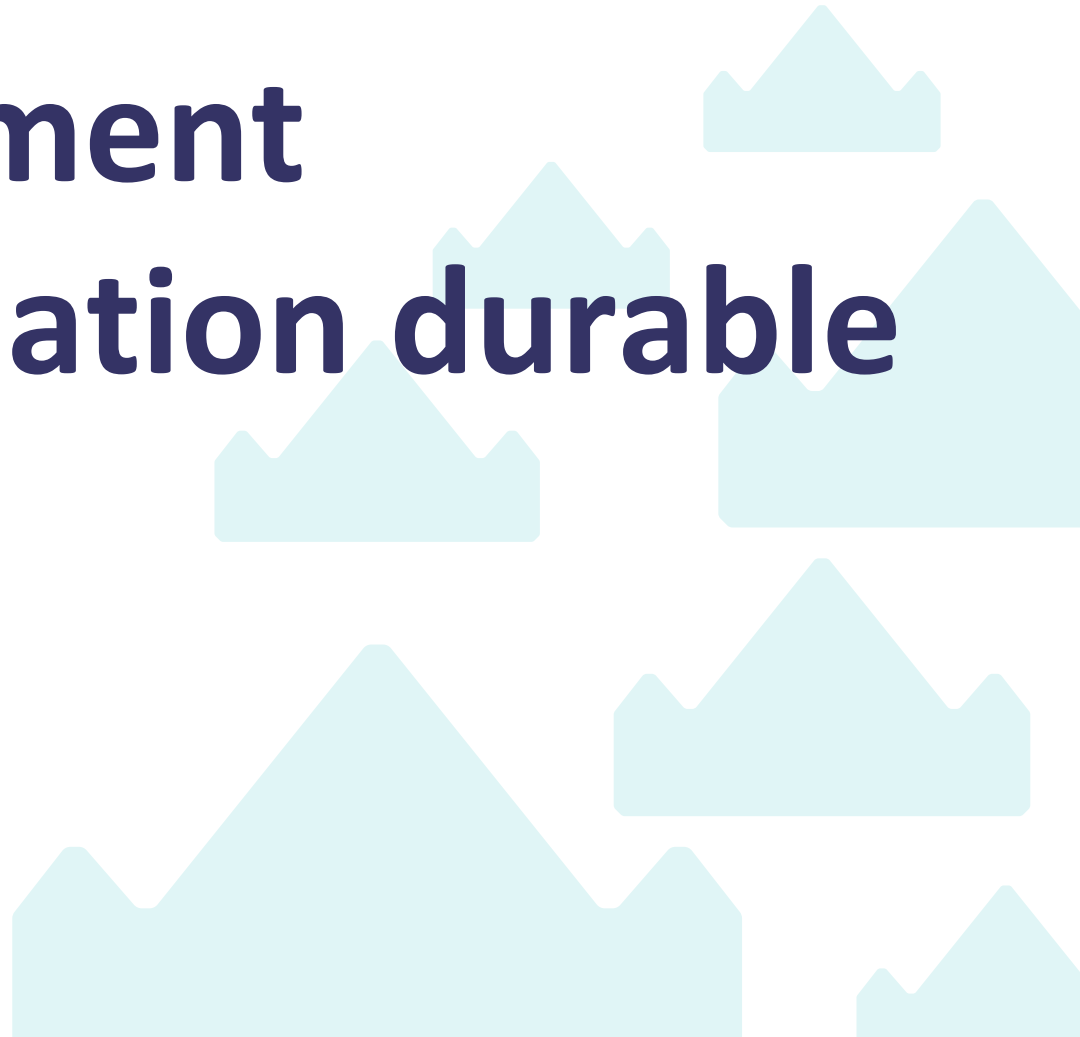
# Retombées concrètes et performance

## Résultats en bref

- **701 occasions d'affaires générées**
- **246 confirmations**, soit plus de **225 000 participants**
- **379 nouveaux comptes** créés  
(*prospects*)
- **Année record** en tourisme d'affaires pour les partenaires hôteliers et le Centre des congrès



# Développement de la destination durable





# Accompagnement et soutien financier

2025

- **Accompagnement-conseil** auprès des promoteurs et entreprises touristiques
- **Partenariats stratégiques** pour le financement, le développement et la pérennisation de l'offre touristique
- **Valorisation** de l'offre touristique régionale
- **Participation active** à des comités de travail sectoriels et intersectoriels
- **Représentation des intérêts** et des besoins de l'industrie
- **Expertise reconnue** : présentations, avis et recommandations sectorielles, etc.





# Accompagnement et soutien financier

2022 - 2025

**141 projets acceptés**  
**16,6 M\$ octroyés en subventions**

- Programme de soutien à l'industrie touristique (PSIT et EPRTNT)
- Mesure de soutien en tourisme hivernal
- Concours entrepreneurial – Plan montagnes







# Plan d'action en tourisme durable

2025-2028



1

Accompagner les entreprises touristiques de la région de Québec dans l'adoption de pratiques de gestion durable

2

Contribuer à la préservation du patrimoine naturel, matériel et immatériel en tenant compte des capacités des milieux

3

Encourager un tourisme accessible à tous, bénéfique pour les individus et respectueux des collectivités

**... via plusieurs initiatives et partenariats**



# Vision et stratégie événementielle durable

2025

## Objectif :

Développer une approche concertée et harmonisée du développement durable dans l'industrie événementielle régionale afin de renforcer la cohérence des pratiques, simplifier les démarches, suivre les progrès, anticiper les normes futures et maximiser les retombées positives.

## Comité de cocréation :

- **20 membres mobilisés (promoteurs, institutions, partenaires sectoriels, experts, municipalités)**

Vision et stratégie  
événementielle durable



# Certification Biosphere

Certification  
d'organisation

Certification de l'industrie

Certification de  
destination

Destination  
**Québec** cité



RENOUVELLEMENT DE LA  
CERTIFICATION DQC EN  
FÉVRIER 2025



4<sup>E</sup> COHORTE LANCÉE EN MAI 2025  
60 ENTREPRISES CERTIFIÉES –  
91 ENGAGÉES



LA RÉGION DE QUÉBEC EST  
DEVENUE LA PREMIÈRE  
DESTINATION FRANCOPHONE  
AU MONDE CERTIFIÉE  
BIOSPHERE



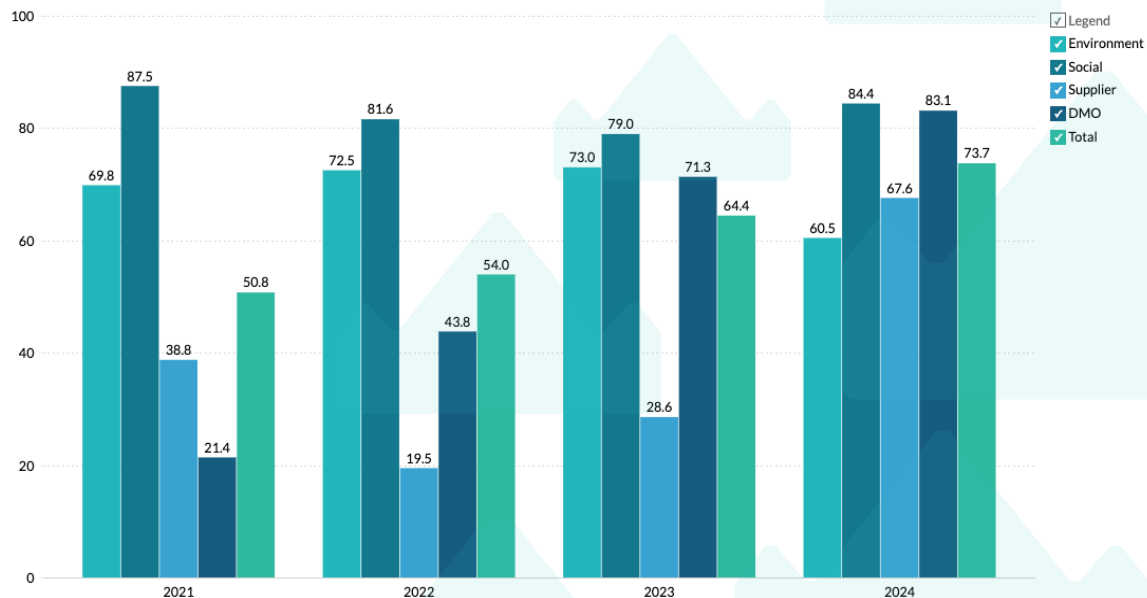
# GDS – Positionnement de la destination de Québec



## Évolution remarquable

Grâce à un leadership fort, une bonne planification stratégique, un partenariat Biosphere et une bonne évaluation :

- Amélioration globale de 45 % dans le GDS-Index depuis 2021
- Amélioration de 289 % dans les catégories *Fournisseurs* et *DMO*







DEVIENT



Les Grands

# remous

Sommet du tourisme  
innovant et durable

**L'industrie se rassemble à Québec pour prendre  
part aux Grands Remous, le premier sommet du  
tourisme innovant et durable**

Au Terminal Ross Gaudreault du Port de Québec



30  
31  
janvier  
2025

**QUESTIONS?**

# Approbation de la nomination d'administrateurs

Conseil 2025-2026



# Frédéric Asselin

Vallée Bras-du-Nord



# Sandra Nadeau

Station de ski Le Relais



# Pause



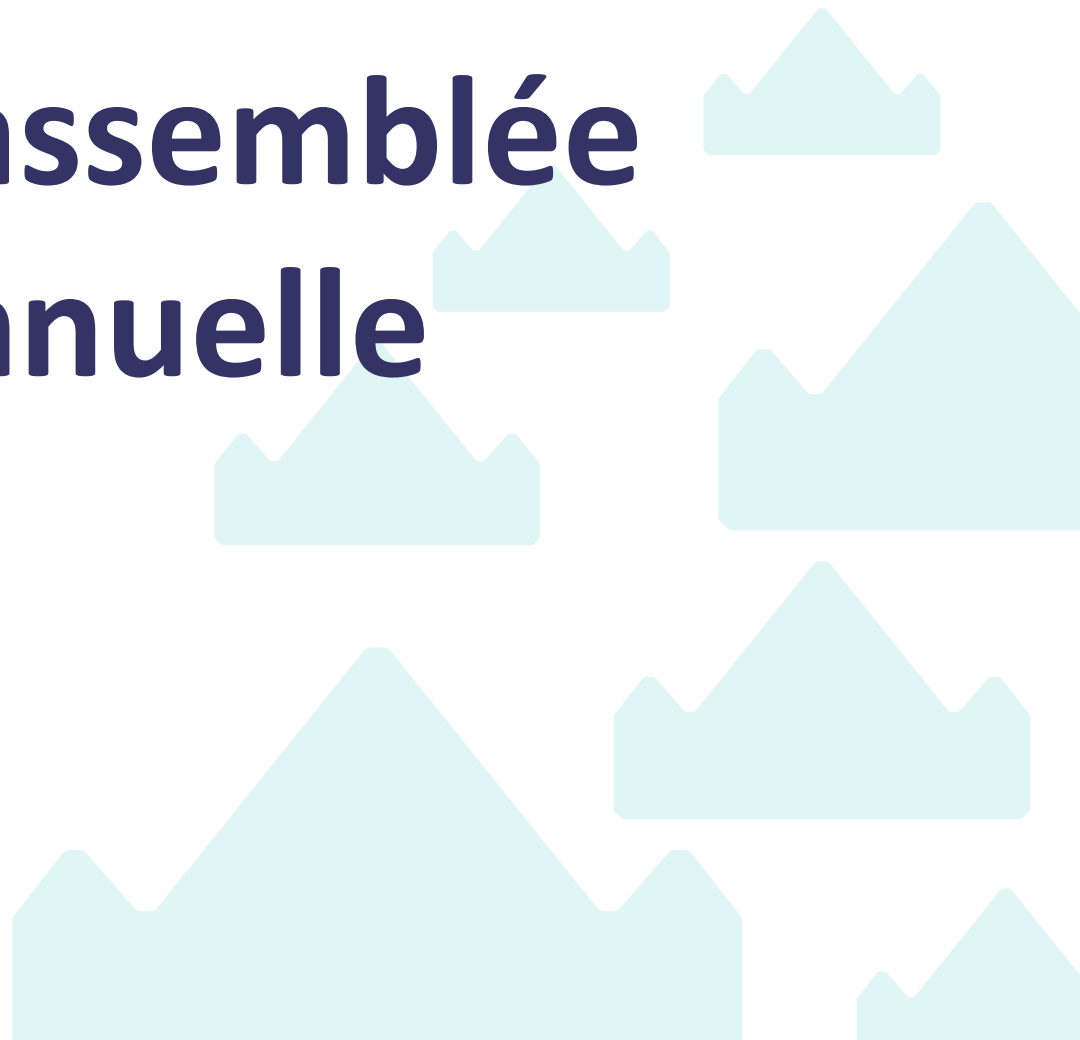
# Présentation des officiers et des administrateurs

A stylized, light blue mountain range graphic is positioned in the background of the slide, behind the main title. The mountains are composed of various geometric shapes like triangles and polygons, creating a layered effect.

Conseil 2025-2026



# Levée de l'assemblée générale annuelle 2025



# Merci!

