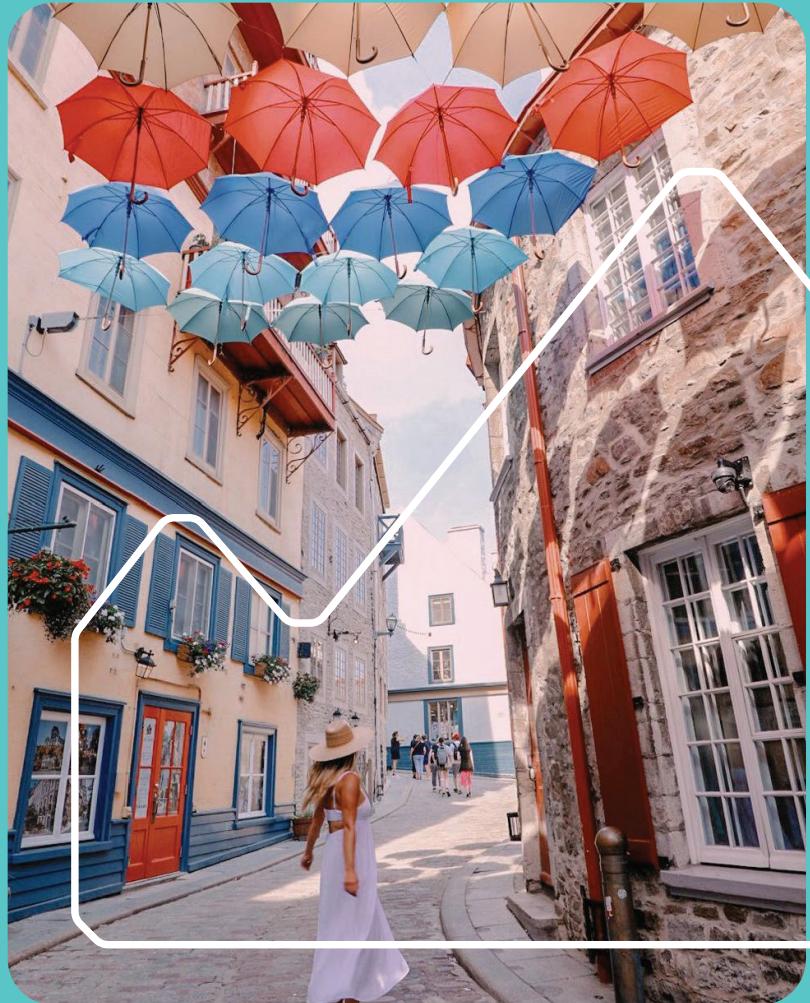


Assemblée Générale Annuelle

10 juin 2025



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



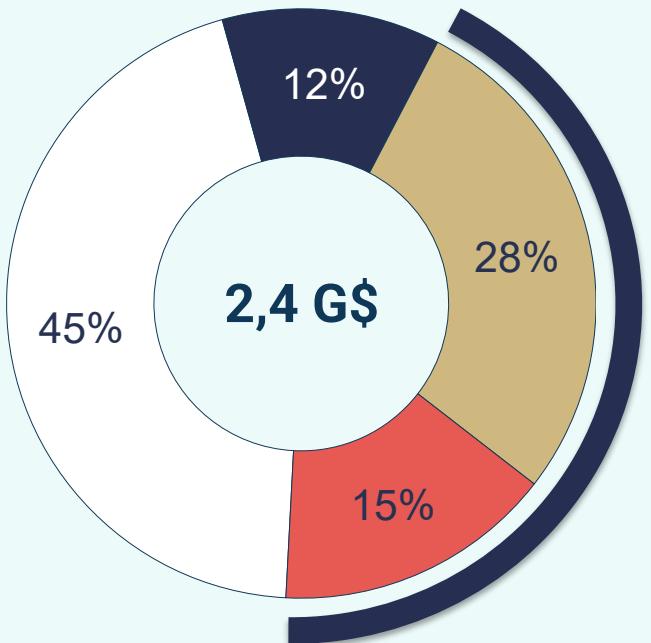
Volume de touristes – 2024^{pr}



+ 4,7 M d'excursionnistes



Dépenses touristiques - 2024



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



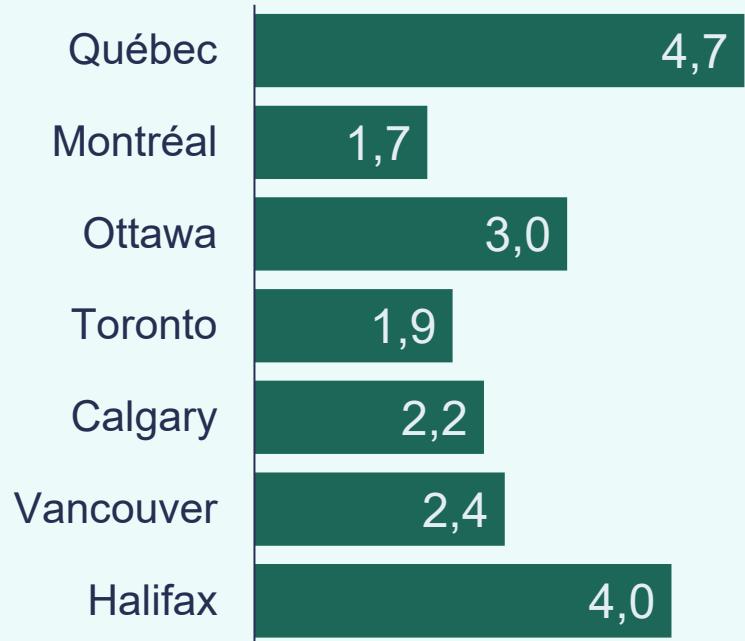
+ 12 %

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

États-Unis : + 21 %



Nombre de touristes par habitant 2024^{pr}



Dépenses touristiques par habitant 2024





3 471 382

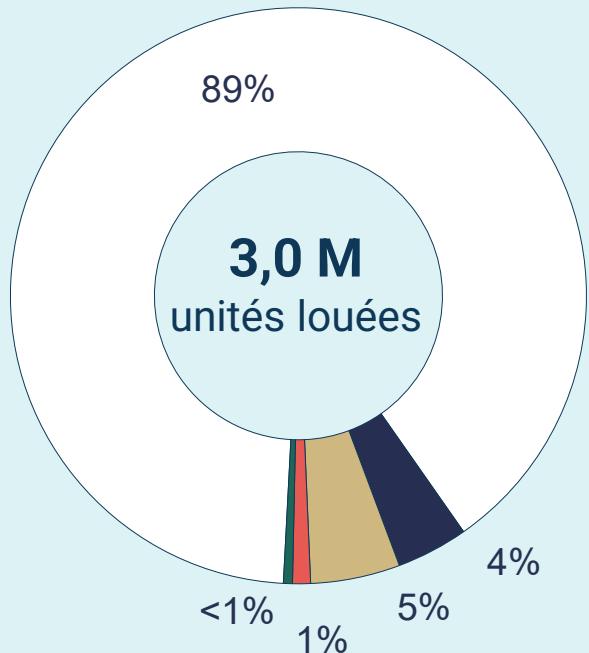


Nombre de nuitées louées en hébergement touristique
Hébergement commercial et collaboratif – 2024

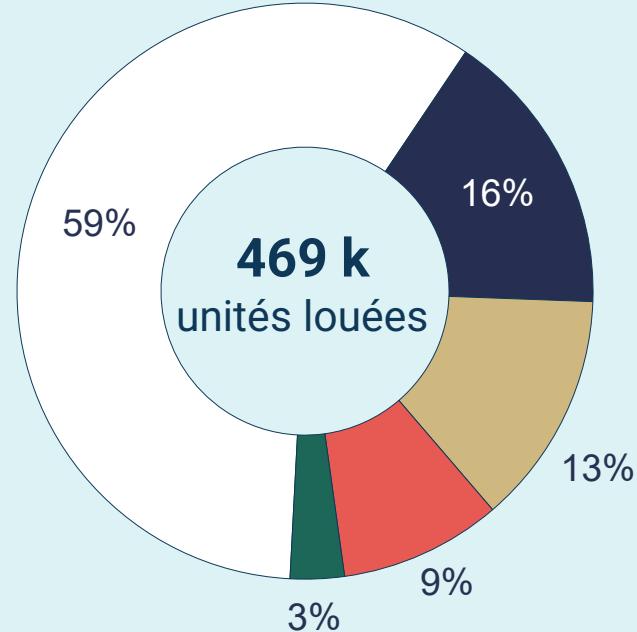
+ 2,8 % vs 2023



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		-		

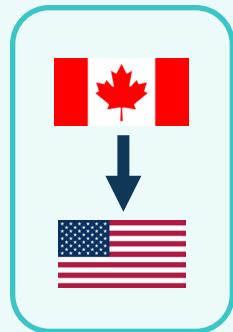
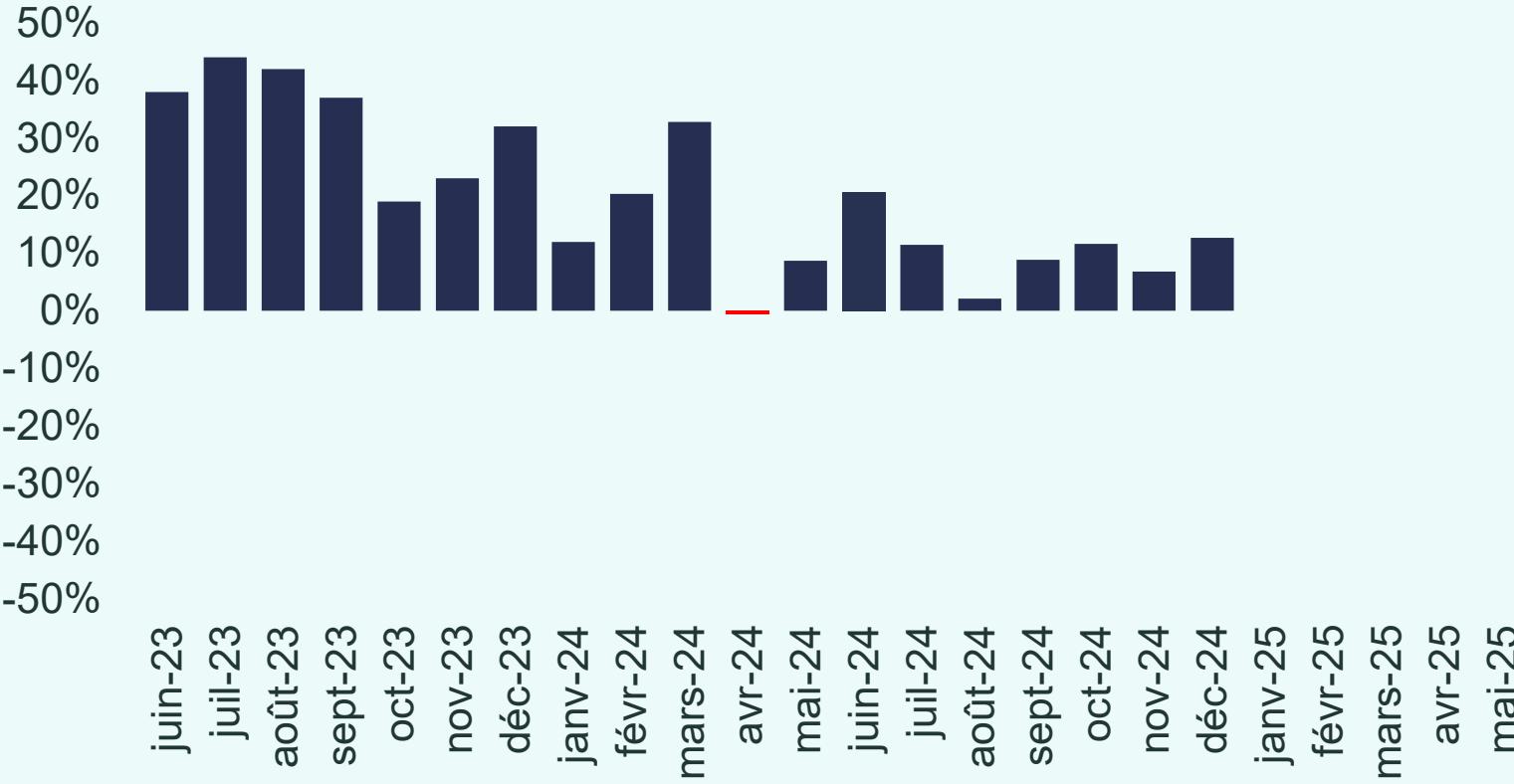
Perspectives et projets touristiques 2025





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

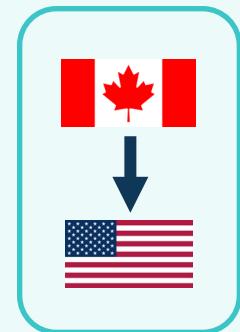
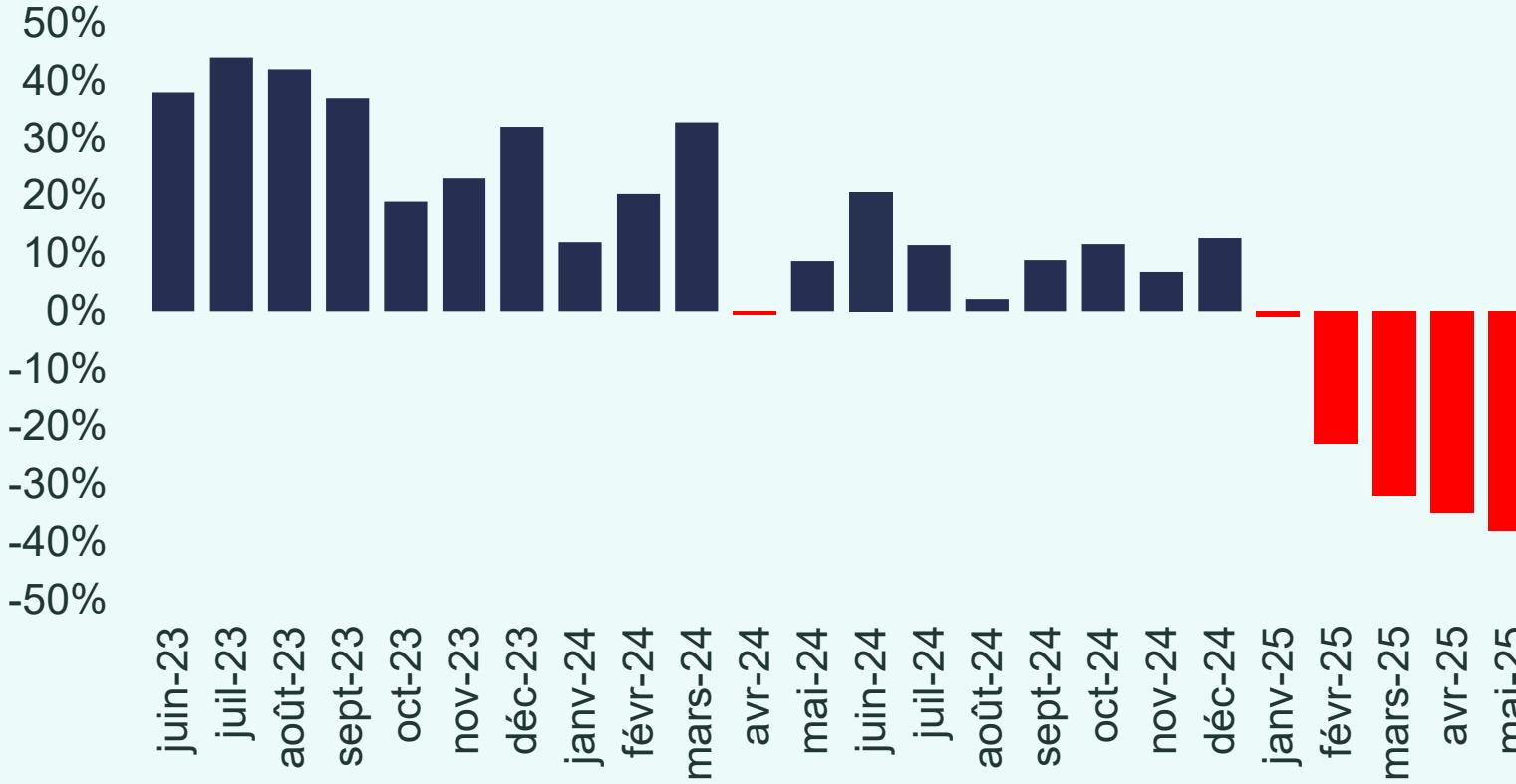
Croissance year-over-year – 24 derniers mois





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

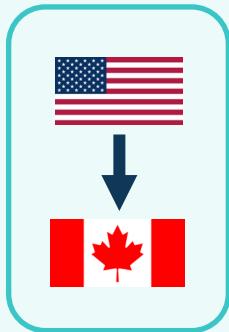
Croissance year-over-year – 24 derniers mois





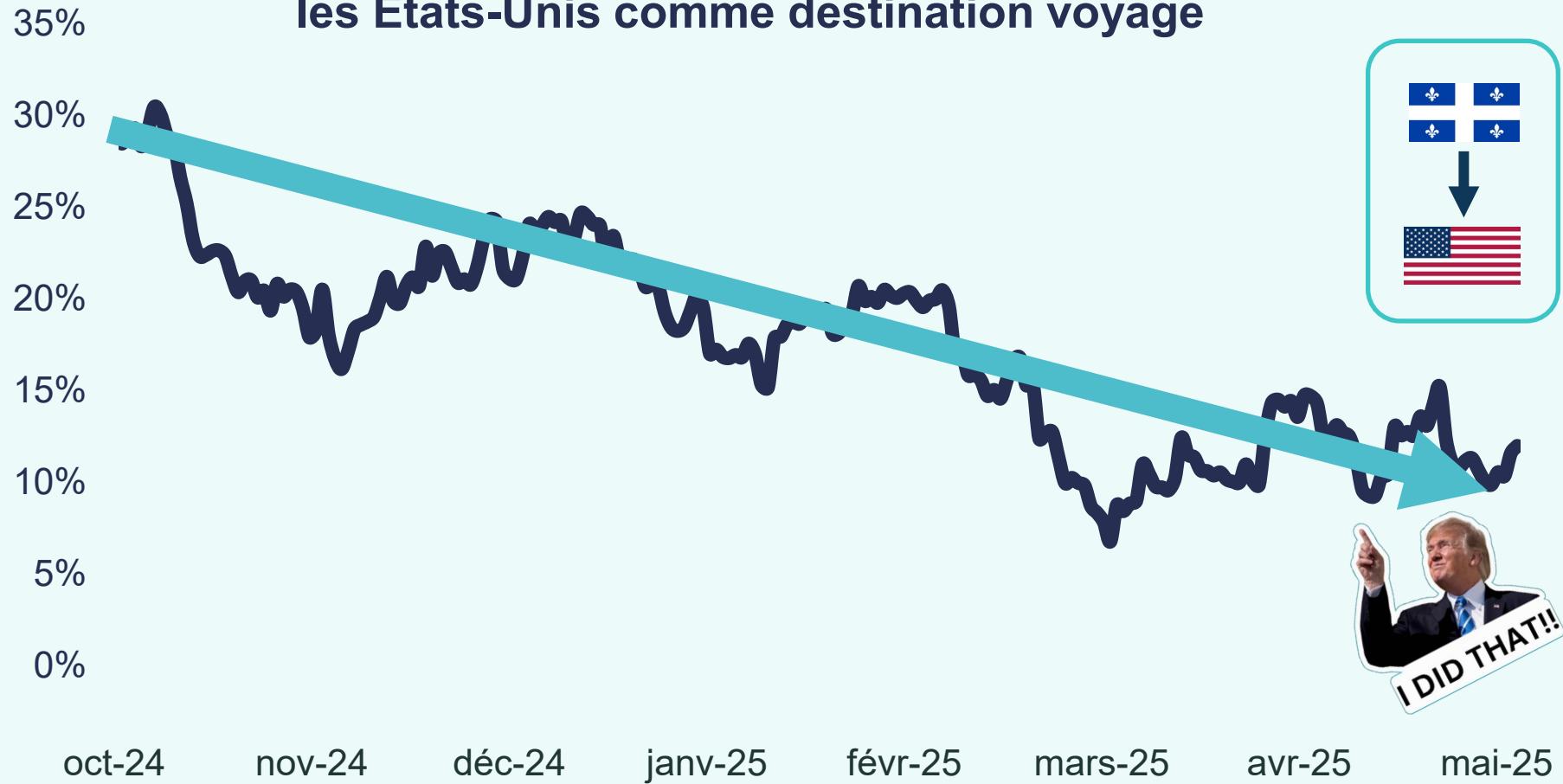
Nombre de visiteurs américains au Canada (voie terrestre)

Croissance year-over-year – 24 derniers mois





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



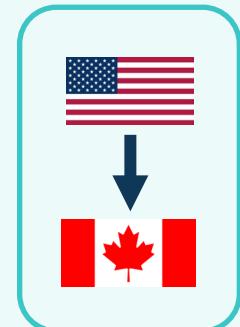


L'inverse, soit une baisse des Américains considérant le Canada comme une destination voyage, n'est pas observable actuellement

35%
30%
25%
20%
15%
10%
5%
0%



oct-24 nov-24 déc-24 janv-25 févr-25 mars-25 avr-25 mai-25





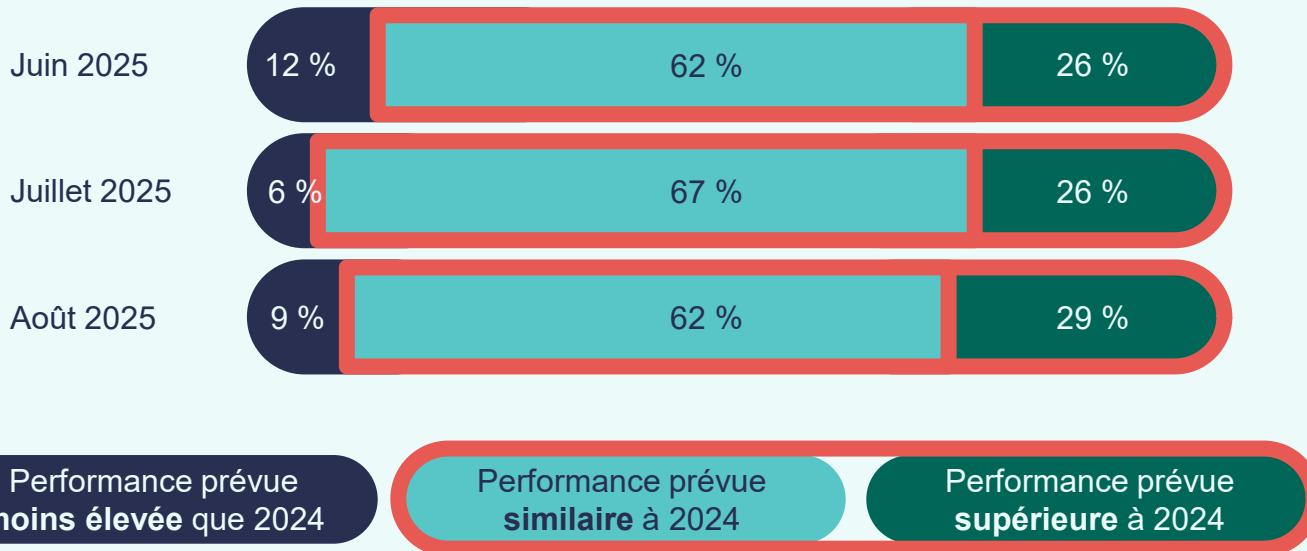
Les réservations hôtelières à court et moyen terme sont légèrement en retard par rapport à la même période l'an passé



**moyenne des 5 dernières mesures hebdomadaires*



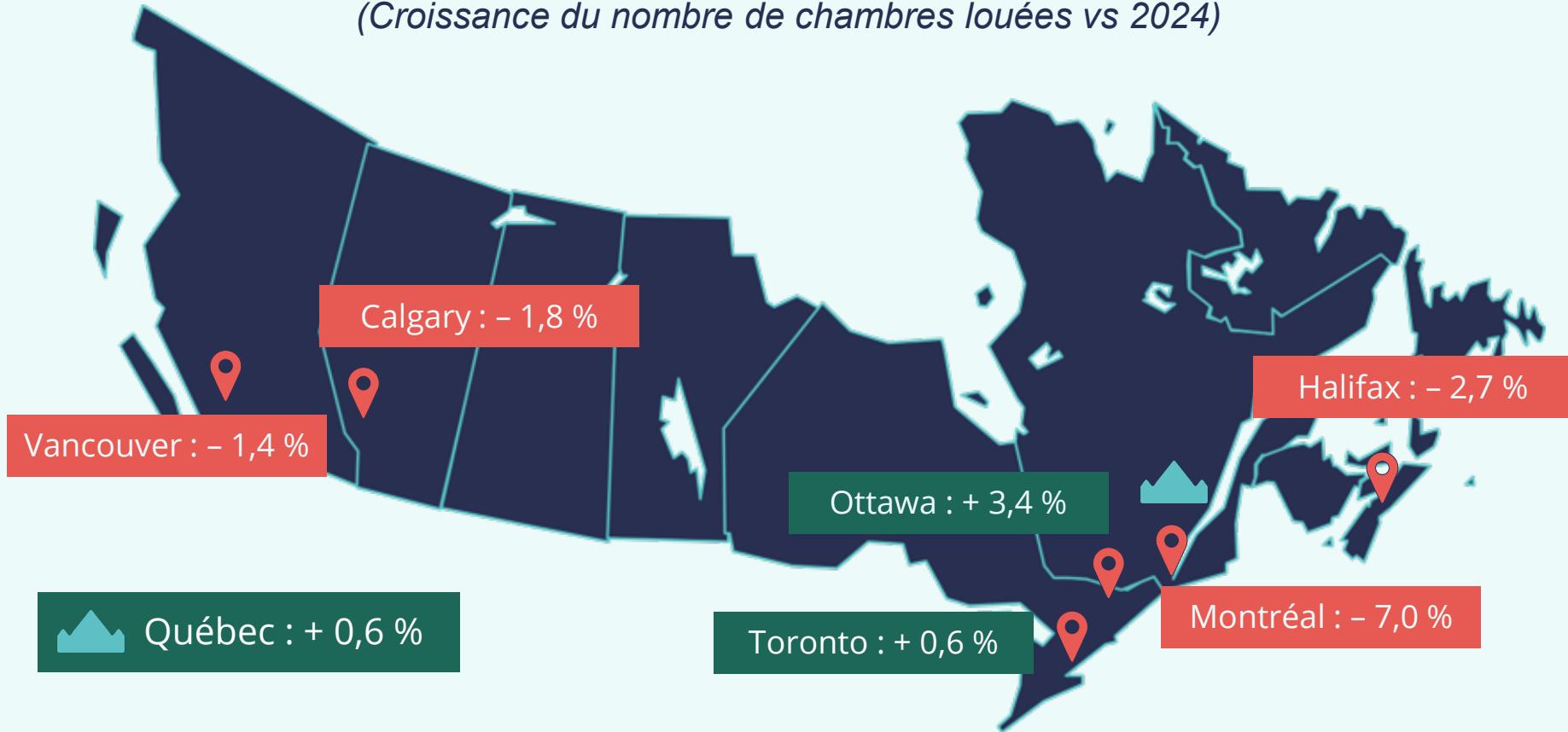
Malgré tout, les hôteliers sont optimistes pour l'été à venir





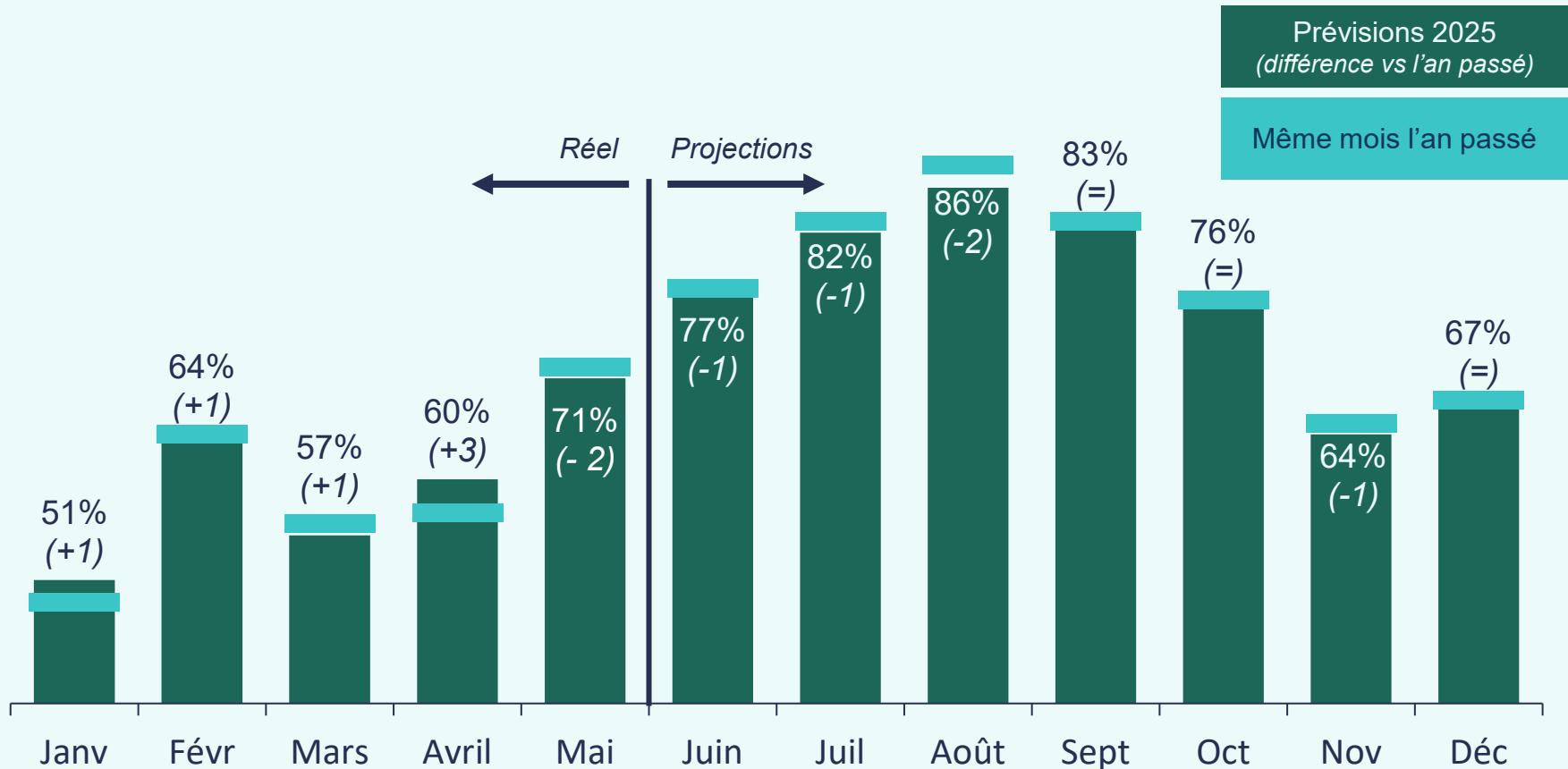
Québec s'en tire bien par rapport aux autres destinations canadiennes en 2025

(Croissance du nombre de chambres louées vs 2024)



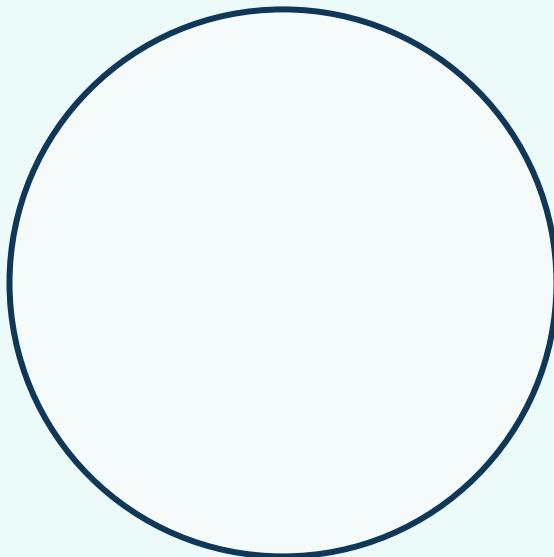
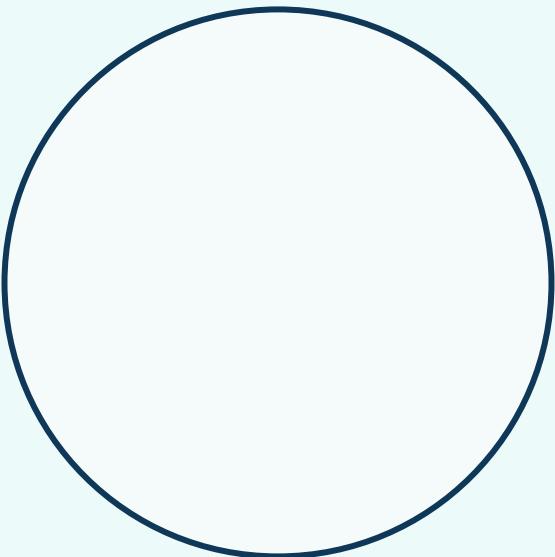


Taux d'occupation prévus - 2025





Projets 2025



Un zoom sur les dépenses du cœur touristique de Québec

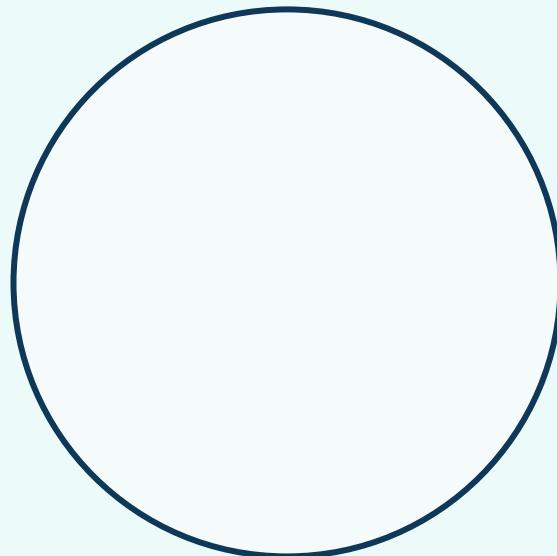


Moneris

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



Projets 2025



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

RPS

85.29

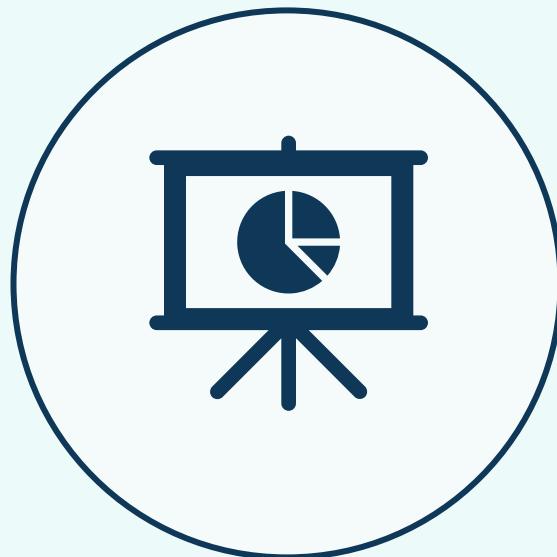
Avis

648,802





Projets 2025





Performance touristique - Région de Québec



Hébergement

Mois sélectionné :

Mois: avr. 2025 (l) ▾

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 (l) ▾

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)

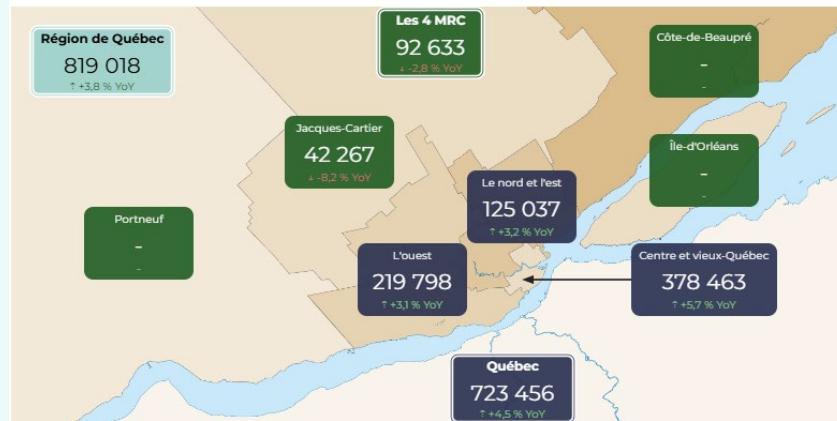
Carte interactive par indicateur

Indicateur: Unités louées

Année: 2025 (l) ▾

Mois

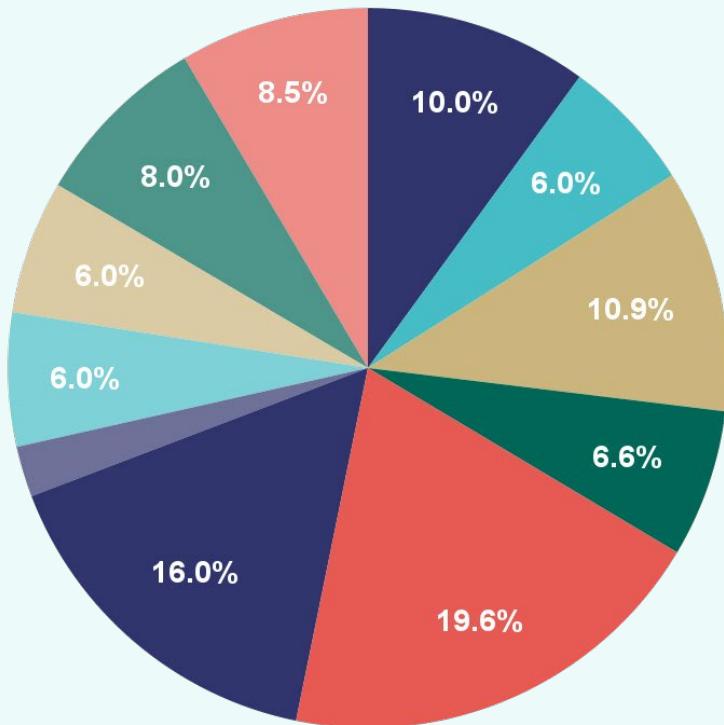
Taille de l'établissement: Total des chambres (l) ▾





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

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

**OUEST - ÉTÉ
(AITQ)**

**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 % du 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.



Québec
cité
l'accent
d'Amérique



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

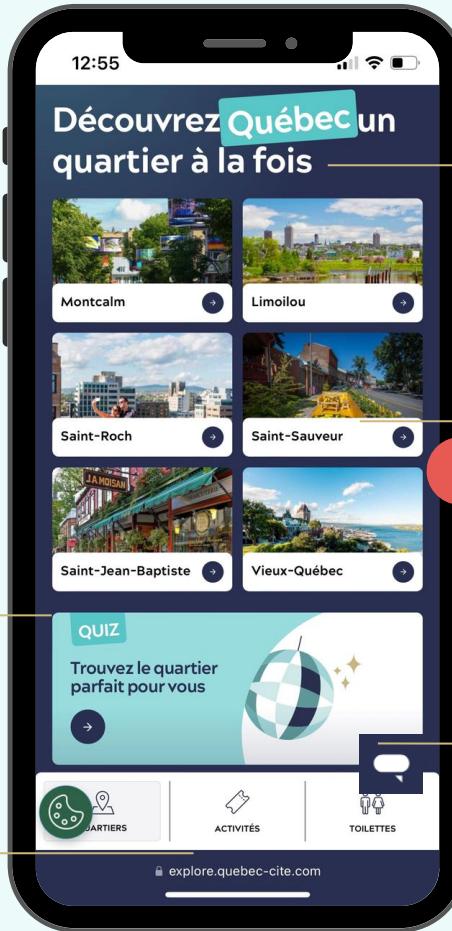
Développer une plateforme numérique, facile d'utilisation, répondant au contexte, aux défis touristiques rencontrés et aux objectifs identifiés.

Jeu questionnaire

Oriente 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

2,6 millions \$

→ 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.

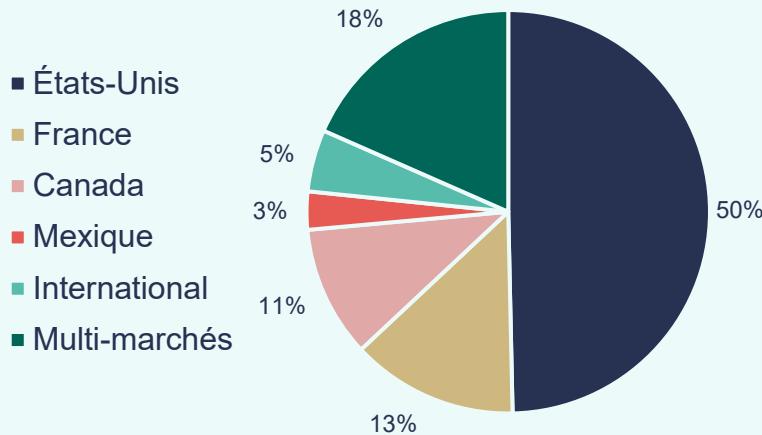
- ◆ Canada et France

→ Marchés d'opportunité

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

- ◆ Mexique, Royaume-Uni- Allemagne et Asie

Budget 2025

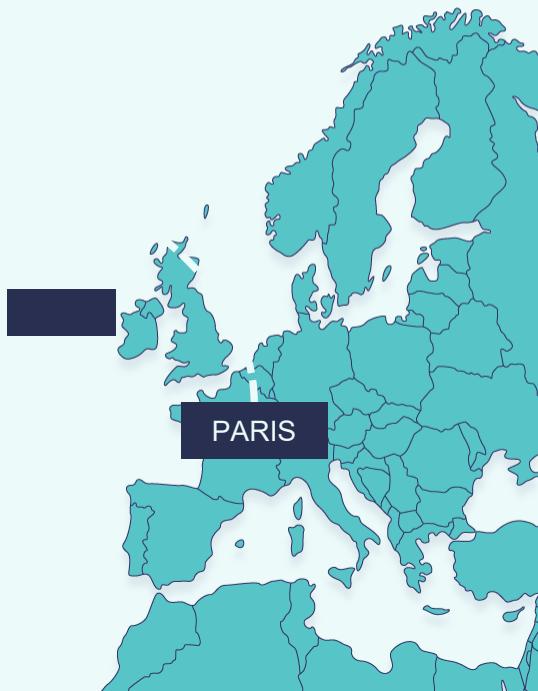




Croisières internationales

Développement des affaires

2025





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



TBEX QUÉBEC CITY
JUNE 16-19, 2025



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 prémium
- ◆ 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.)

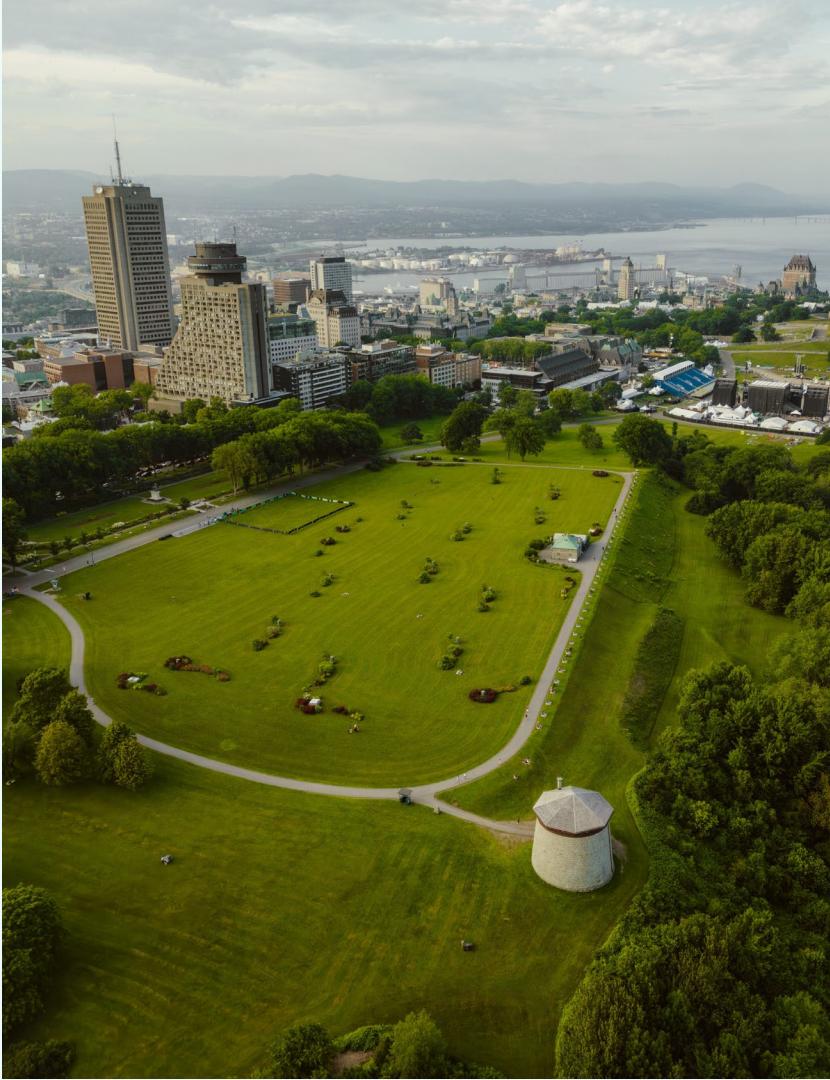




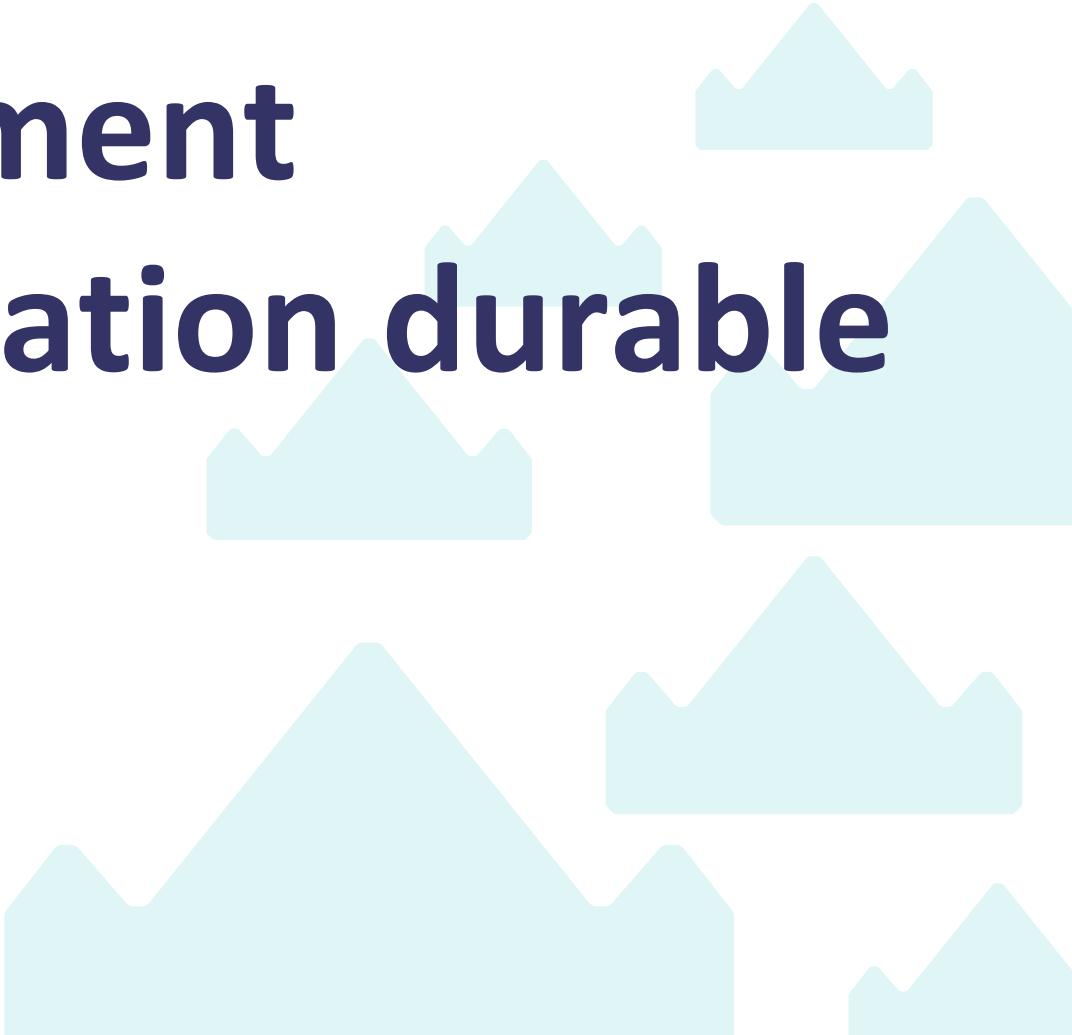
Retombées concrètes et performance

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

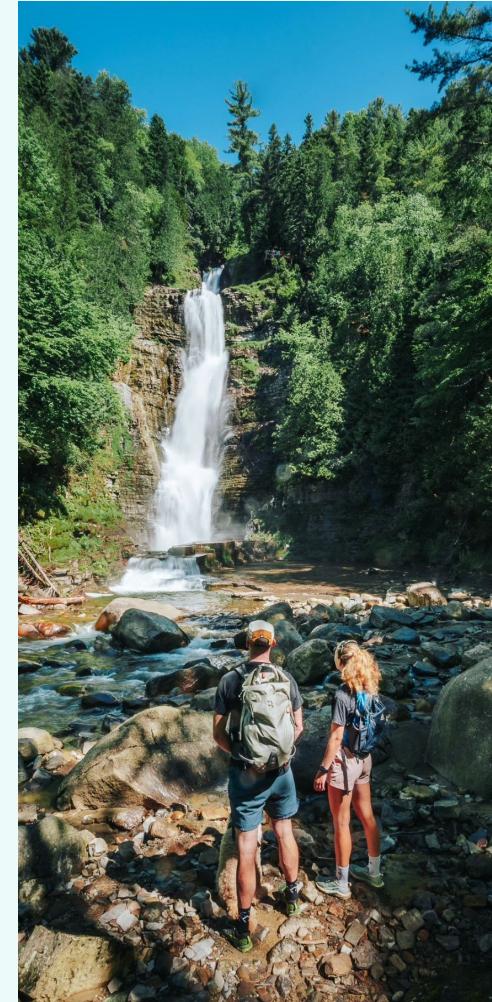




Accompagnement et soutien financier

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
- 2
- 3

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

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

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 Biosphère

Certification d'organisation



RENOUVELLEMENT DE LA CERTIFICATION DQC EN FÉVRIER 2025

Certification de l'industrie



4^E COHORTE LANCÉE EN MAI 2025
60 ENTREPRISES CERTIFIÉES – 91 ENGAGÉES

Certification de destination



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



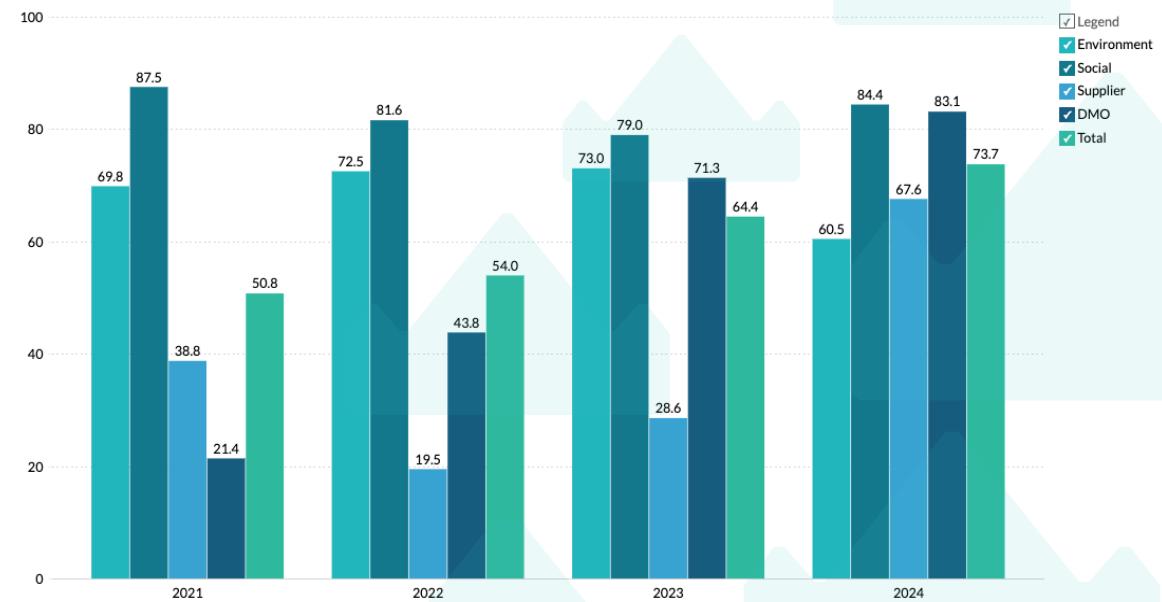
GDS – Positionnement de la destination de Québec



Évolution remarquable

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

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

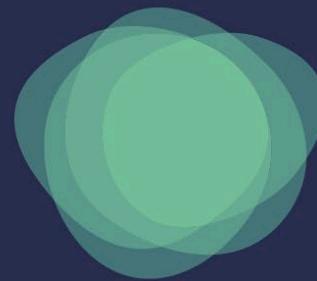




DEVIENT

Territoire Vivant

COMMUNAUTÉ INNOVANTE
EN TOURISME DURABLE



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

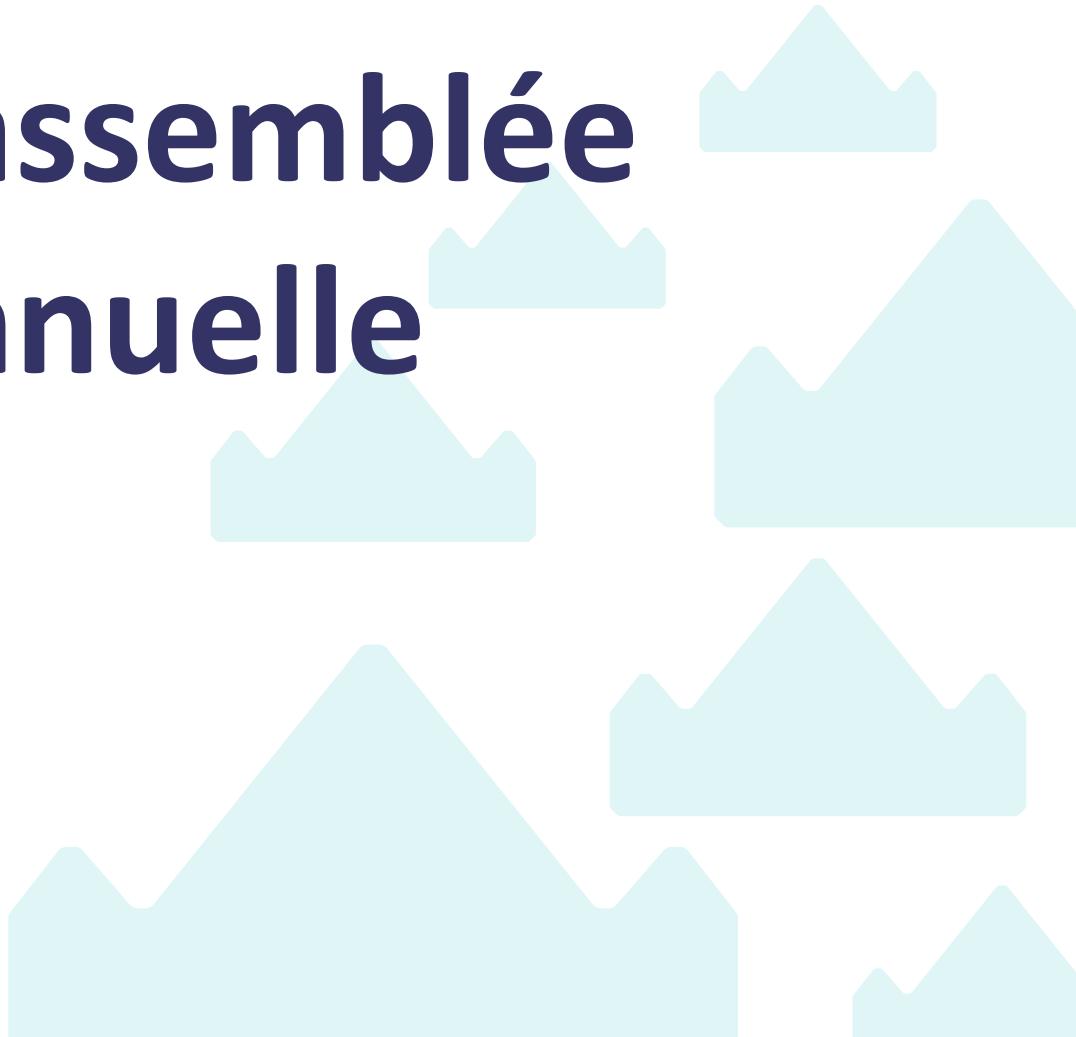


Présentation des officiers et des administrateurs

Conseil 2025-2026

Levée de l'assemblée générale annuelle

2025



Merci!

