

**RAPPORT DE PERFORMANCE  
DU PLAN DE DÉVELOPPEMENT  
DURABLE 2023**

**Québec** cité  
l'accent  
d'Amérique





## BONJOUR, KWE !

La région touristique de Québec a des atouts indéniables pour se positionner en tant que destination touristique responsable et durable. Tout d'abord, fille du Saint-Laurent, la ville de Québec est née du désir de s'installer sur cette petite pointe de terre stratégique. Elle est la porte d'entrée et de sortie commerciale des Empires français et britannique en Amérique lors de la colonisation. Elle abrite l'un des joyaux du patrimoine de l'UNESCO, le Vieux-Québec, seule ville fortifiée au nord du Mexique ainsi qu'un ensemble patrimonial fondateur classé du 17<sup>e</sup> siècle. Parmi cet ensemble, on retrouve la plus ancienne institution d'éducation pour les femmes ainsi que le premier hôpital fondé en Amérique au nord du Mexique qui poursuit encore aujourd'hui sa mission sociale d'origine en santé globale et durable. Elle est située sur le territoire traditionnel de la Nation Huronne-Wendate dont la presque totalité des membres a comme langue maternelle le français, ce qui en fait la seule communauté francophone de la famille linguistique iroquoienne au Québec et au Canada.

Avec ses **342 hectares d'espaces verts pour 100 000 habitants**, elle offre un terrain de jeu singulier pour ses résidents et visiteurs. Alimentée par l'hydroélectricité, la région, tout comme le reste de la province, dispose d'une forme d'énergie renouvelable et compétitive, dont les impacts sur l'environnement et le climat sont très limités par rapport aux autres sources de production électrique traditionnelles.

En plus, de définir qui nous sommes, ces atouts dictent la voie à suivre pour préserver ce précieux héritage au profit des générations futures.

Destination Québec cité (DQc) souhaite par son plan d'action en tourisme durable poursuivre ce legs par un développement touristique de la région intégrant les trois piliers du développement durable soit : l'économie, le social et l'environnement.

Il s'agit du point de bascule visant à faire de la région de Québec la destination de référence en tourisme durable en Amérique du Nord et ce, en contribuant :



À la qualité de vie  
des résidents ;



À l'apport économique des  
entreprises touristiques ;  
à la protection de  
l'environnement ;



Au maintien de  
notre patrimoine ;



À l'expérience  
visiteur.



## Mission, vision et valeurs

« Le rôle de Destination Québec cité évolue en harmonie avec les besoins de l'industrie. Nous serons le catalyseur pour jumeler l'expertise et le talent de nos équipes au dynamisme et à la créativité de la communauté, et pour créer un carrefour d'innovation. Tous ensemble mettons les voiles vers une transformation prospère et responsable de l'industrie. Faisons de Québec cité, la cité des idées qui prennent vie. » Robert Mercure, directeur Destination Québec cité

### Mission

Promouvoir et soutenir le développement touristique de la région de Québec en favorisant la concertation avec le milieu pour générer de façon responsable une prospérité économique et des retombées durables

### Mandat

En tant qu'association touristique régionale et service municipal de la Ville de Québec, Destination Québec cité maximise l'essor de l'industrie touristique de la région en coordonnant les actions de développement, de commercialisation et d'accueil touristique. Elle attire et accueille les voyageurs d'agrément et d'affaires tout en veillant à la qualité de l'expérience à destination.

### Vision

Destination Québec cité le nouveau monde tourné vers un tourisme qui change. DQc souhaite par la réalisation de ses 4 axes stratégiques ;

- > D'accroître le leadership collaboratif
- > De stimuler un achalandage équilibré
- > D'accélérer le virage vers le tourisme responsable
- > De transformer le modèle d'intelligence d'affaires

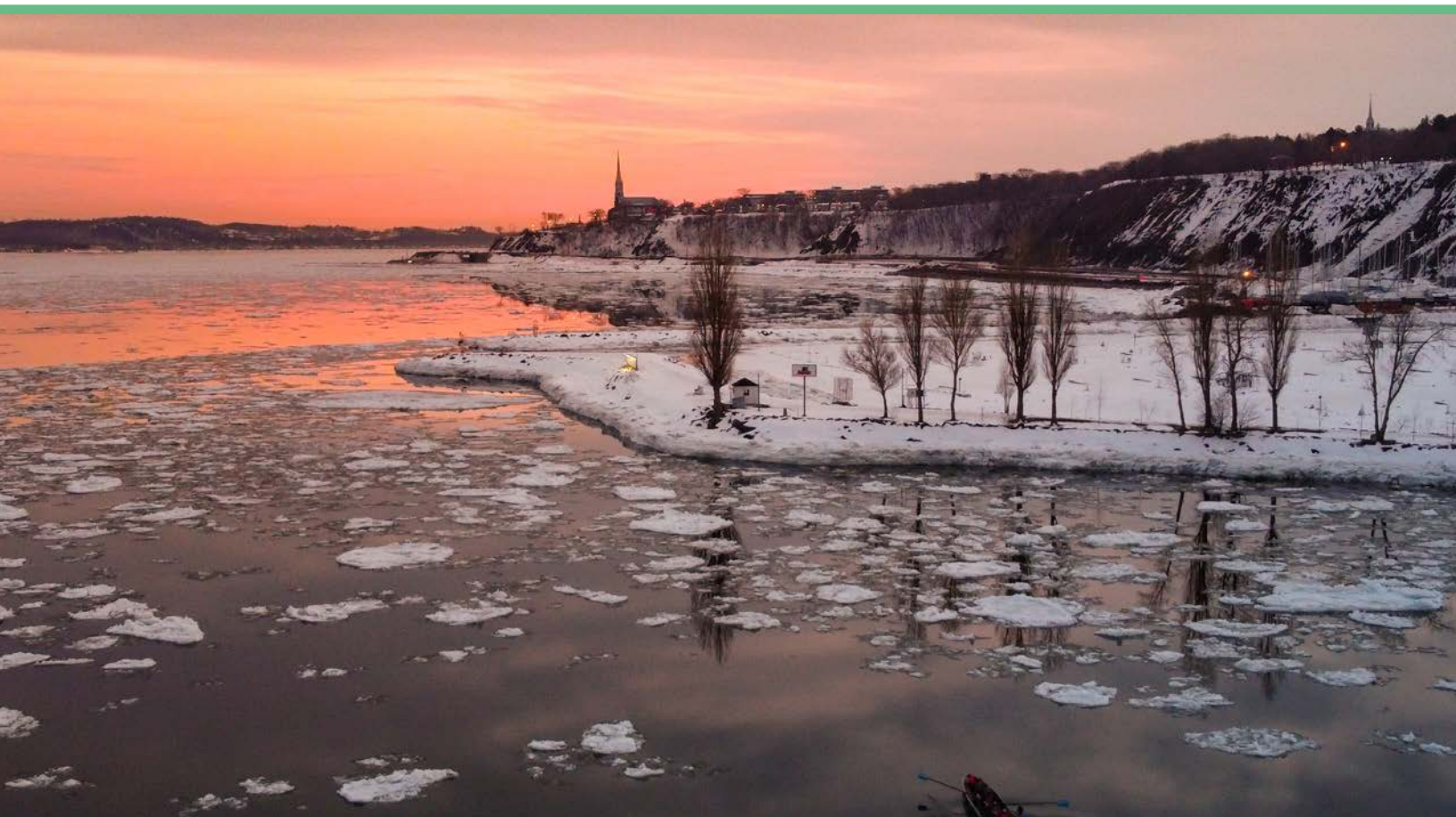




# Le plan d'action triennal en tourisme durable

Le plan d'action en tourisme durable est aligné aux objectifs de développement durable des Nations Unies en plus de s'inscrire dans les 5 orientations de la Stratégie de développement durable de la Ville de Québec 2021-2026 : Cohésion sociale, Santé globale, Décarbonisation, Résilience et Transition.

Ce présent rapport vise à rapporter la performance du plan de tourisme durable et des actions réalisées découlant de quatre axes d'intervention correspondant aux principes du développement durable : le social, l'économie et l'environnement.



## CONTRIBUER À LA QUALITÉ DE VIE DES RÉSIDENTS



**1.1** Créer une collaboration avec les résidents qui assurent la cohabitation harmonieuse avec les touristes



**1.2** Répartir dans le temps et l'espace les visiteurs sur le territoire de la région de Québec



**1.3** Contribuer aux initiatives de mobilité durable de la Ville de Québec



**1.4** Développer un réseau de partenariats porteurs qui supporte le milieu dans l'élaboration de projets et d'une vision commune

## ACCOMPAGNER LES ENTREPRISES DE LA RÉGION DE QUÉBEC DANS LE VIRAGE VERS UN TOURISME RESPONSABLE ET DURABLE



**2.1** Intégrer l'éco conditionnalité au sein des programmes d'aide financière de l'industrie



**2.2** Accompagner les entreprises touristiques dans un virage vers le tourisme responsable



**2.3** Développer un réseau de partenariats porteurs qui soutiennent l'implantation de l'écoresponsabilité



**2.4** Intégrer l'innovation dans le virage vers un tourisme responsable et durable

## VALORISER L'OFFRE ET PROMOUVOIR LES ACTIONS EN TOURISME DURABLE ET RESPONSABLE DE LA RÉGION DE QUÉBEC



**3.1** Diffuser des pratiques de tourisme durable de l'industrie dans les actions promotionnelles de DQc auprès des différentes clientèles



**3.2** Promouvoir des outils et ressources pour soutenir des causes et des projets sociaux, environnementaux ou économiques locaux



**3.3** Proposer, promouvoir et valoriser la mobilité durable dans la région de Québec

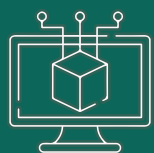


**3.4** Positionner le tourisme durable comme partie intégrante de l'ADN de la destination

## FAIRE DE DE DQC UN ORGANISME ET UN MILIEU DE TRAVAIL DURABLE ET RESPONSABLE



**4.1** Instaurer une culture de développement durable interne



**4.2** Doter DQc d'outils permettant de connaître l'état de transition durable de l'industrie touristique sur son territoire



**4.3** Intégrer des pratiques de gouvernance et de développement durable au sein de l'organisation



**4.4** Maintenir une connaissance élevée du domaine et un plan d'action efficace





# Objectifs de développement durable des Nations Unis

En 2015, les Nations unies ont établi un plan ambitieux sur 15 ans à réaliser d'ici 2030, qui s'attaque à certains des problèmes les plus urgents auxquels le monde est confronté.

Les objectifs de développement durable (ODD) sont un appel à l'action lancé à tous les pays - pauvres, riches et à revenu intermédiaire - pour promouvoir la prospérité tout en protégeant la planète. Ils reconnaissent que l'éradication de la pauvreté doit aller de pair avec des stratégies qui favorisent la croissance économique et répondent à toute une série de besoins sociaux, notamment en matière d'éducation, de santé, de protection sociale et d'opportunités d'emploi, tout en s'attaquant au changement climatique et à la protection de l'environnement (Global Sustainable Tourism Council, 2023).

Et l'industrie touristique à son rôle à jouer dans l'atteinte des objectifs de l'agenda 2030 ! À cet égard, Destination Québec cité contribue à la réalisation des sept objectifs suivants, qui sont adaptés à l'industrie touristique. Dans le présent rapport, ces contributions sont signalées au moyen d'icônes dans le tableau de l'état de l'avancement des stratégies du Plan de développement durable, qui se trouve à la fin de chacune des sections.



## ODD-3 Bonne santé et bien-être



**3.2** Assurer le développement, la promotion et la hiérarchisation des activités et des produits liés à la santé et au tourisme.

## ODD-4 Éducation de qualité



**4.1** Disposer d'une capacité de formation de qualité et inclusive, adaptée aux besoins réels de la destination, ainsi que d'une formation spécifique en matière de durabilité du tourisme.

**4.2** Développer des activités d'éducation et de sensibilisation sur le tourisme et le développement durable.

**4.3** Collaboration avec des entités, des institutions ou des centres d'éducation et de formation pour le développement d'initiatives et de projets liés à la durabilité dans le secteur du tourisme, à tous les niveaux

## ODD-11 Villes et communautés durables



**11.2** Créer des activités et des produits touristiques basés sur le patrimoine culturel et naturel et respectant les critères d'authenticité et d'intégrité des biens.

**11.3** Transférer les connaissances locales associées aux traditions et au patrimoine culturel immatériel par le biais d'initiatives et de projets liés au tourisme. L'expérience est donc efficacement transférée et intégrée dans les activités touristiques.

**11.4** Éviter le surtourisme et veiller à ce que le développement du tourisme n'ait pas d'impact négatif sur les aspects fondamentaux de la vie des gens, tels que le coût du logement et du loyer, les mouvements de population et l'accès aux zones publiques et patrimoniales, entre autres.

## ODD-9 Industrie, innovation et infrastructure



**9.2** Assurer l'accès des résidents à toutes les installations et attractions générées par le tourisme.

**9.3** Développer des initiatives et des projets capables de mobiliser l'utilisation des technologies de l'information pour créer des activités touristiques responsables, ainsi que des modèles de gestion intelligente et durable en termes d'utilisation des ressources.

## ODD-13 Mesures relatives à la lutte contre les changements climatiques



**13.1** Élaborer des programmes et des initiatives visant à réduire et/ou à compenser l'empreinte carbone de la destination.

**13.2** Promouvoir la mobilité durable vers et depuis la destination, y compris les transports publics et les systèmes de mobilité alternatifs à émissions nulles ou faibles.

## ODD-16 Paix, justice et institutions efficaces



**16.2** Disposer d'un système d'indicateurs adéquat permettant l'évaluation et le suivi de l'amélioration continue et de l'impact touristique de la durabilité de ses composantes, ainsi que du niveau de satisfaction des touristes et des résidents.

**16.3** Disposer de mécanismes de contrôle, de mesure et de publication de données sur la satisfaction des résidents et des visiteurs à l'égard de l'activité touristique.

**16.4** Fournir aux visiteurs des informations actualisées, claires et précises sur les espaces, les itinéraires, les établissements, les services et les infrastructures d'intérêt touristique.

**16.5** Développer une stratégie touristique qui accepte la mise en œuvre d'engagements durables. Une telle approche doit être accessible au public dans les langues les plus courantes parmi les touristes.

## ODD-17 Partenariats pour la réalisation des objectifs



**17.2** Capacité à promouvoir et à faciliter l'échange de bonnes pratiques et de connaissances au sein de la destination et par le biais d'expériences externes, en encourageant la reproduction de cas réussis dans le tourisme local et durable.

# État d'avancement du Plan de développement durable



## CONTRIBUER À LA QUALITÉ DE VIE DES RÉSIDENTS

### 1.1 Créer une collaboration avec les résidents qui assurent la cohabitation harmonieuse avec les touristes

**Objectif :** Établir des relations porteuses entre résidents et touristes

Action	Indicateurs	Cibles	ODD
<b>1.1.1</b> Développer un réseau d'échange entre les parties pour que les résidents deviennent des ambassadeurs (Résidents Ambassadeurs)	Nombre d'actions effectuées pour les résidents	Effectuer 6 actions du plan	 

#### Explications

Cette année nous avons finalisé la stratégie de Résident Ambassadeur avec notre consultant Pierre Eloy qui nous a remis le document et les fiches projets pour chaque chantier (6x) que nous allons réaliser.



Voici les initiatives réalisées par l'équipe marketing en 2023, en lien avec notre stratégie "Résident Ambassadeur "

- > Formulaire de collecte en ligne pour recueillir les coups de cœur;
- > Publicité pour promouvoir le formulaire en ligne des coups de cœur;
- > Photoreportages avec résidents des quartiers centraux;
- > Publicité des photoreportages des résidents;
- > Valorisation et partage de photos générées par les résidents sur les médias sociaux;
- > Mise en valeur de l'équipe éditoriale à l'avant-plan dans les contenus Web;
- > Contenus Web pertinents pour les résidents et visiteurs en exploration;
- > Publicité des contenus Web pertinents auprès des résidents et visiteurs en exploration.

Également, deux rencontres de projet ont été réalisées pour mettre en place une programmation d'expositions et d'ateliers de concertations citoyennes dans un lieu de rencontre pour les résidents et touristes, en partenariat avec l'entreprise EXMURO.

#### Résultat

10 actions  
(Web, stratégie et rencontres projets)

Action	Indicateurs	Cibles	ODD
<b>1.1.2</b> Création et animation Destination Jeunesse	A - Nombre de rencontres tenues B - Taux de satisfaction	A- Tenir 4 rencontres B- Maintenir un taux de satisfaction au-delà de 75 %	 

#### Explications

A- 4 rencontres ont eu lieu et nous avons eu la chance d'inclure le comité dans un mandat avec le musée de la Civilisation pour donner leur opinion sur des expositions à venir. C'est d'ailleurs la formule que le comité aura pour le futur. Il recevra des mandats de l'industrie pour apporter sa voix dans le développement d'initiatives actuelles et à venir.

Par ailleurs, Lola a participé au symposium de Destination Canada, en novembre 2023, afin de partager son expérience au comité et surtout, son point de vue en lien avec l'implication des jeunes dans les réflexions et planifications de projets touristiques.

Une page Web a été créée pour le projet :

<https://www.quebec-cite.com/fr/a-propos/destination-jeunesse>

B- 1 départ cette année, mais 3 personnes se sont ajoutées. Actuellement, il y a donc 7 membres actifs dans le comité. Pour le mini mandat au musée, nous avons demandé aux jeunes du comité de venir avec 1 ou 2 amis.es. Finalement, 10 jeunes étaient présents lors de la rencontre.






#### Résultat

A - 4 rencontre  
B - 78,5 %"





## 1.2 Répartir dans le temps et l'espace les visiteurs sur le territoire de la région de Québec

**Objectif :** Gérer le flux touristique afin de créer un équilibre du flux à travers les saisons

Action	Indicateurs	Cibles	ODD
<b>1.2.1</b> Élaboration d'un projet pilote sur la gestion de l'achalandage équilibré (outils)	Données d'achalandage et d'utilisation	*Phase d'élaboration et de mise en place	 
<b>Explications</b>		<b>Résultat</b>	
Projet pilote concluant et qui répond à 100 % aux attentes fixées. Une version 2.0 optimisée sera reconduite pour 2024 afin de confirmer la pertinence à long terme. En 2024, une comparaison des données sera réalisée pour confirmer l'évolution du projet.		Projet pilote réussi en 2023	
Action	Indicateurs	Cibles	ODD
<b>1.2.2</b> Développer une stratégie marketing visant à créer un achalandage équilibré à travers les saisons	Pourcentage d'atteinte de l'objectif au plan média	100 % d'atteinte de l'objectif au plan média (vues de vidéos, sessions engagées et liens sortants)	 
<b>Explications</b>		<b>Résultat</b>	
La stratégie a été mise en place durant l'année 2023 et les objectifs ont été atteints à 100 %. Donc, pour l'an 1, nous avons atteint le 100 % de l'objectif. Nous serons en mesure, dès 2024, de comparer l'évolution de cette stratégie par rapport à l'année précédente.		100 % de l'objectif atteint	


## 1.3 Contribuer aux initiatives de mobilité durable de la Ville de Québec

**Objectif :** Favoriser la mobilité durable pour les déplacements touristiques

Action	Indicateurs	Cibles	ODD
<b>1.3.1</b> Soutenir la mise en place par la Ville du projet pilote de piétonnisation	Nombre d'initiatives ou actions soutenues	Soutien d'au moins 1 initiative ou action	 
<b>Explications</b>		<b>Résultat</b>	
Le 5 octobre dernier, notre section, responsable du service aux membres, a partagé un sondage de la Ville aux 825 membres afin de connaître leur opinion sur le projet pilote de piétonnisation de la Ville de Québec. Le but de cette consultation est dans l'optique d'intégrer les résidents dans la réflexion et dans l'évolution du projet afin qu'il soit durable dans le temps. Les résultats sont disponibles dans l'article plus bas.		1 projet de communication soutenu	
Résultats : <a href="https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/2025082/zone-pietonne-vieux-quebec-bilan">https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/2025082/zone-pietonne-vieux-quebec-bilan</a>			

## 1.4 Développer un réseau de partenariats porteurs qui supporte le milieu dans l'élaboration de projets et d'une vision commune



**Objectif :** Favoriser le maillage du secteur patrimonial de la région

Action	Indicateurs	Cibles	ODD
<b>1.4.1</b> Création et animation d'un Comité de tourisme patrimonial	A- Nombre de rencontres tenues B- Taux d'appréciation	Tenir au moins 1 rencontre Taux d'appréciation de 80 % et plus	
<b>Explications</b>		<b>Résultat</b>	
4 rencontres ont eu lieu et le taux de participation confirme un noyau fort de participants qui reviennent majoritairement d'une rencontre à l'autre.		A- 4 rencontres réalisées B- 70 % de satisfaction	

## ACCOMPAGNER LES ENTREPRISES DE LA RÉGION DE QUÉBEC DANS LE VIRAGE VERS UN TOURISME RESPONSABLE ET DURABLE




### 2.1 Intégrer l'éco conditionnalité au sein des programmes d'aide financière de l'industrie

**Objectif :** Intégrer des conditions de développement durable dans les programmes de soutien

Action	Indicateurs	Cibles	ODD
<b>2.1.1</b> Inclusion de critères de développement durable dans les programmes de soutien à l'industrie touristique de la région de Québec (PSIT)	Pourcentage de projets soutenus correspondant aux critères	Avoir au moins 60 % des projets répondant aux critères	 
Explications	Résultat		
En année 1, des critères avaient été ajoutés spécifiquement sur la durabilité du projet présenté. Les critères ont été retirés par la suite, car dorénavant, l'aspect durable doit être présent d'office pour l'ensemble des analyses. Donc, 100 % des projets doivent tenir compte de l'aspect durable selon les 3 piliers, soit : social, économique et environnemental.	Intégration intrinsèque des critères de manière non officielle		

### 2.2 Accompagner les entreprises touristiques dans un virage vers le tourisme responsable

**Objectif :** Contribuer à responsabiliser les entreprises aux pratiques d'affaires et durables

Action	Indicateurs	Cibles	ODD
<b>2.2.1</b> Mise en place d'un programme de soutien à la certification durable de l'industrie touristique (accompagnement et certification)	Nombre d'entreprises touristiques accompagnées  Nombre d'entreprises touristiques certifiées	A- Avoir au moins 50 membres B- Avoir au moins 25 membres certifiés	 
Explications	Résultat		
En novembre 2023, DQC a lancé son programme d'aide à la certification durable Biosphere. Ce programme a comme objectif de certifier 100 entreprises d'ici 2026. Des délais inattendus ont fait en sorte que la première cohorte de 27 entreprises a commencé en novembre 2023. Nous n'aurons pas atteint l'objectif des 25 entreprises certifiées pour 2023.	A- 1 <sup>re</sup> cohorte de 27 membres B- Les premiers certifiés en 2024		
Action	Indicateurs	Cibles	ODD
<b>2.2.2</b> Mobiliser les divers secteurs de l'industrie envers des pratiques de développement durable (charte, formations)	Nombre de formations ou de conférences données ou diffusées  Nombre d'entreprises participantes	A- Donner/diffuser au moins 1 formation  B- Avoir au moins 25 entreprises participantes	
Explications	Résultat		
Dans le cadre du programme d'aide à la certification Biosphere, 27 entreprises ont eu l'opportunité d'avoir une formation sur les objectifs de développement durable des Nations Unies le 7 décembre 2023. Lancement de la communauté montagne, par le biais du Plan montagne, qui a offert à l'industrie touristique de la région 2/6 webinaire en 2023 en lien avec le développement durable. Les prochains webinaires et journées d'ateliers auront lieu en 2024.	A - 4 formations  B - Moyenne de 35 entreprises par formation		



**Action**

**2.2.3** Élaborer des outils de mesure d'impact social, économique et environnemental du tourisme et des événements

**Indicateurs**

A- Nombre de données collectées  
B- Données d'achalandage et d'utilisation

**Cibles**

Élaborer 1 outil

**ODD****Explications**

En novembre 2023, nous avons débuté l'élaboration d'indicateurs pour mesurer la performance et l'impact du tourisme à destination. Cet outil sera final dans la prochaine année. En ce qui concerne l'impact des événements, DQc a collaboré avec EAQ pour concevoir un guide des meilleures pratiques durables dans les festivals et événements. La réflexion autour d'un outil de mesure de performance des événements en matière de développement durable est en cours. Disponible dans notre boîte à outils sur le site Web ([quebec-cite.com](http://quebec-cite.com)).

**Résultat**

Données disponibles en 2024

## 2.3 Développer un réseau de partenariats porteurs qui soutiennent l'implantation de l'écoresponsabilité

**Objectif :** Développer l'écoresponsabilité de la destination

**Action**

**2.3.1** Créer et animer un comité relayeur de données et d'informations permettant d'avoir un portrait évolutif de la situation (comité tourisme durable)

**Indicateurs**

A- Taux de participation  
B- Nombre de rencontres tenues

**Cibles**

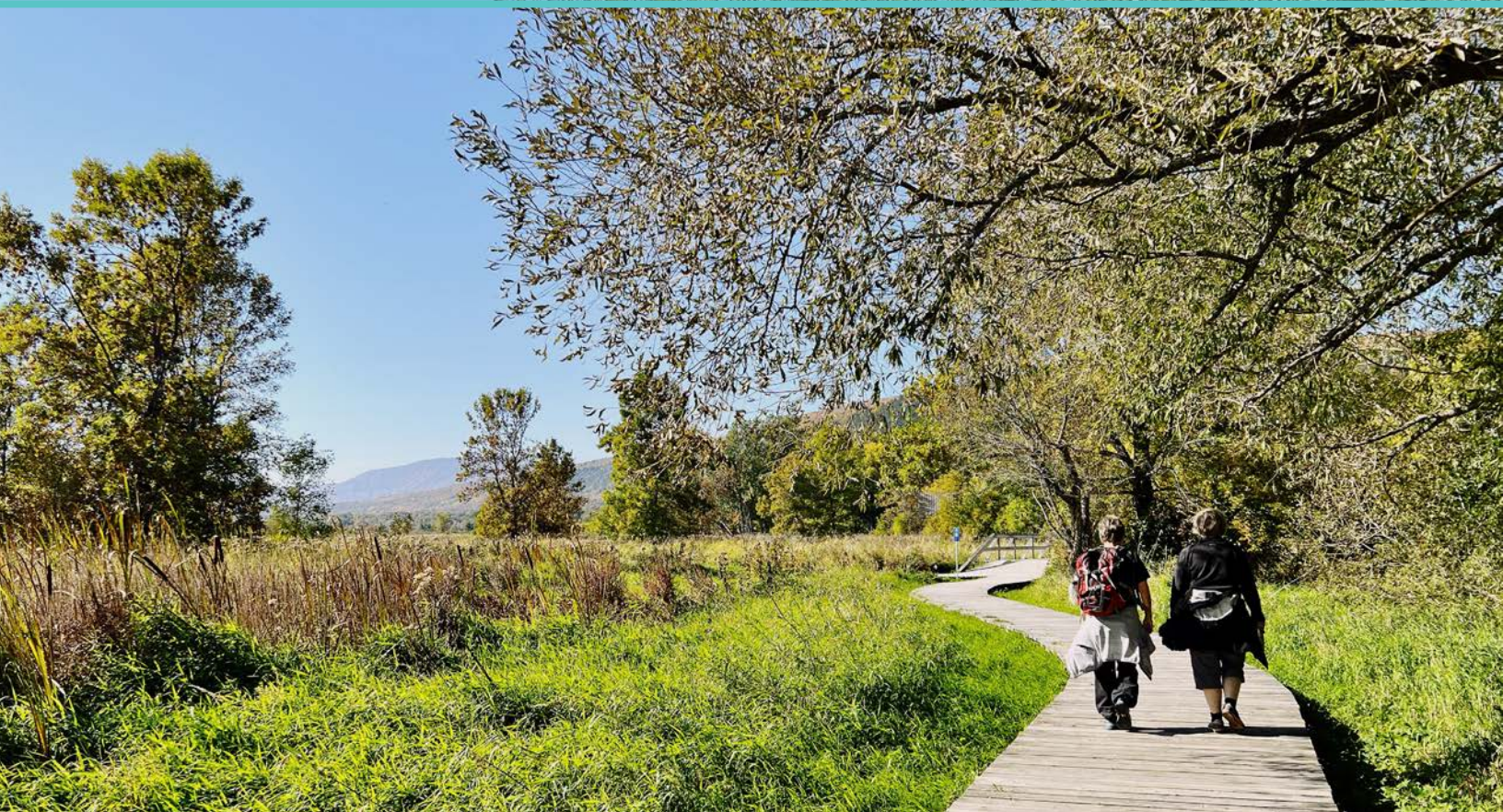
A- Maintenir au moins 80 % de la participation  
B- Maintenir au moins 2 rencontres

**ODD****Explications**

En mars 2023, nous avons tenu notre rencontre avec le comité de développement durable regroupant les principales parties prenantes de l'industrie touristique. Le but de la rencontre était de présenter la reformulation du plan d'action triennal en tourisme durable 2022-2024, ainsi que notre programme d'aide à la certification Biosphere.

**Résultat**



A- 100 % de la participation maintenu  
B- 1 rencontre a eu lieu

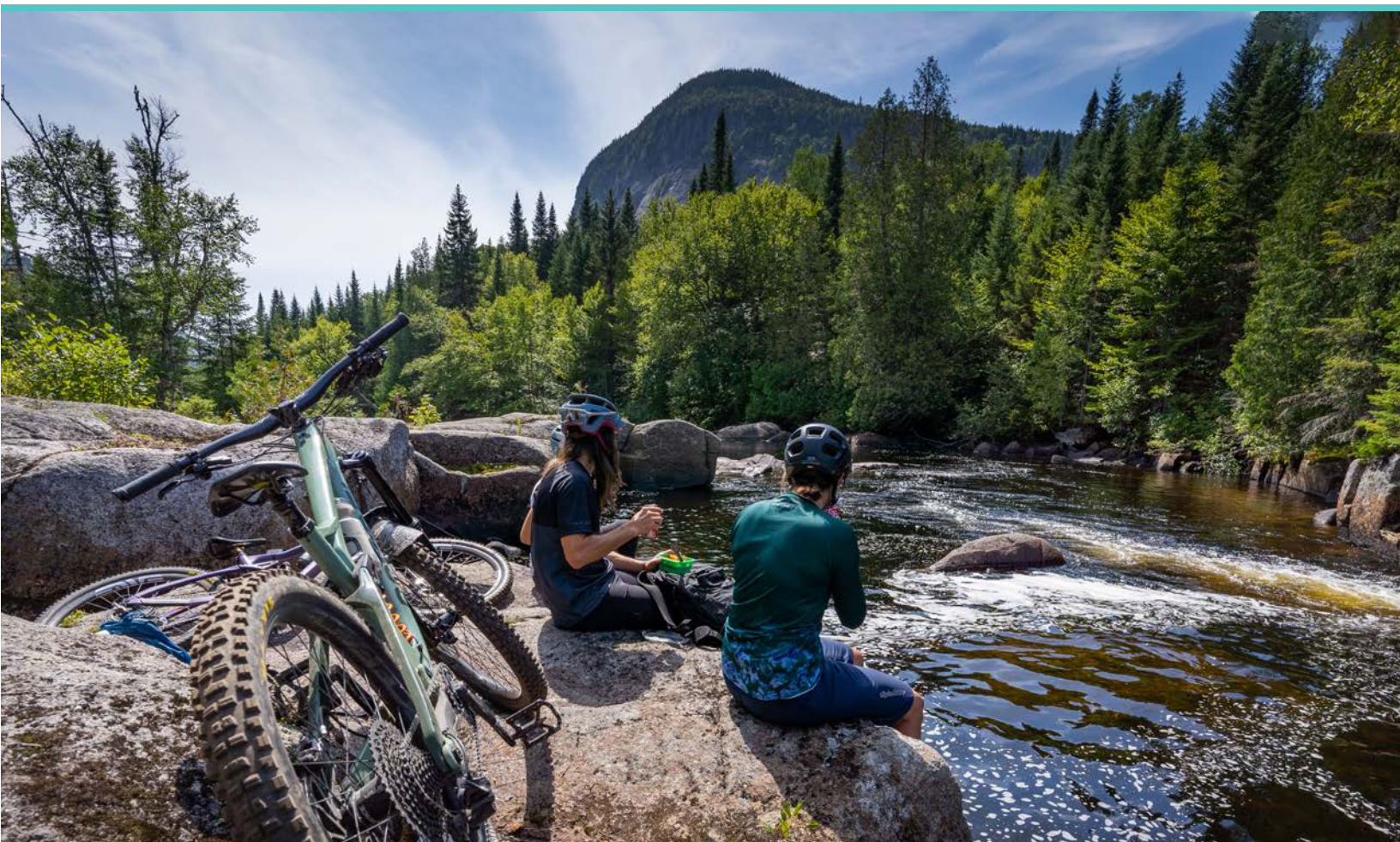




## 2.4 Intégrer l'innovation dans le virage vers un tourisme responsable et durable

**Objectif :** Faciliter le virage durable des entreprises par des solutions innovantes

Action	Indicateurs	Cibles	ODD
<b>2.4.1</b> Créer un pôle d'innovation en tourisme durable (MT Lab.)	A- Nombre de défis initiés B- Nombre de partenariats initiés	A- Initiation d'au moins 2 défis B- 2 partenariats initiés	<div><div>11</div>VILLES ET COMMUNAUTÉS DURABLES</div> <div><div>9</div>INDUSTRIE, INNOVATION ET INFRASTRUCTURE</div>
Explications	Résultat		
<p><b>Appel à défis #1 :</b> repenser la gestion des matières résiduelles en tourisme d'affaires. Les entreprises innovantes étaient invitées à présenter une solution pouvant faciliter la tenue d'événements zéro déchet couvrant une ou plusieurs des thématiques proposées.</p> <p><b>Appel à défis #2 :</b> comprendre le parcours visiteur à destination. Les entreprises innovantes étaient invitées à soumettre un projet qui pourrait apporter une solution parmi certaines thématiques.</p> <p>Pour les partenariats initiés :</p> <p><b># TaxiMatch :</b> comme objectif, une meilleure gestion de l'achalandage équilibrée dans le Vieux-Québec et une offre de taxi partagé pour l'aéroport et le port de Québec.</p> <p><b># Bromont Campervan :</b> comme objectif, une meilleure gestion de l'achalandage équilibré et proposer une nouvelle offre de mobilité durable.</p> <p><b># Dans le cadre du Plan montagnes,</b> un partenariat a été créé avec le Pôle d'innovation en Tourisme durable afin de former nos membres sur l'intégration de l'innovation dans leurs pratiques et leur virage en développement durable. De plus, dans le cadre de toute la programmation événementielle du Plan montagnes, le Pôle mettra en valeur leur réseau de startups afin de créer des partenariats avec nos membres.</p>	<p>A- 2 défis initiés B- 3 partenariats initiés</p>		










## VALORISER L'OFFRE ET PROMOUVOIR LES ACTIONS EN TOURISME DURABLE ET RESPONSABLE DE LA RÉGION DE QUÉBEC

### 3.1 Diffuser des pratiques de tourisme durable de l'industrie dans les actions promotionnelles de DQc auprès des différentes clientèles

**Objectif :** Encourager les différentes clientèles à se sensibiliser aux pratiques du tourisme responsable



Action	Indicateurs	Cibles	ODD
<b>3.1.1</b> Assurer une mise à jour régulière de l'état d'avancement/réalisation du plan d'action triennal et offrir un tableau de bord de l'évolution de la destination en DD sur le site Web de DQc	Nombre de mise à jour faite dans la page et du tableau de bord	Augmenter la consultation de 10 % annuellement	 
<b>Explications</b>		<b>Résultat</b>	
En 2023, nous avons ajouté un tableau de bord pour que les résidents et visiteurs puissent suivre l'avancement de notre plan d'action triennal en tourisme durable. Le taux d'achalandage a augmenté de 189 % par rapport à l'année 2022.		Augmentation de 189 % de la consultation	


Action	Indicateurs	Cibles	ODD
<b>3.1.2</b> Créer et alimenter une page Web d'information dédiée au tourisme durable pour les visiteurs et les résidents	Nombre de consultations (pages vues)	Augmenter la consultation des contenus TD de 10 % annuellement	
<b>Explications</b>		<b>Résultat</b>	
Le taux d'achalandage a augmenté de 86 % pour la page Web d'information dédiée au tourisme durable pour les résidents (fierté locale), et de 246 % pour la page Web d'information dédiée au tourisme durable. La mise à jour continue de ces pages permet de garder les lecteurs intéressés et avoir un contenu actuel et apprécié.		Augmentation moyenne de 166 % de la consultation	

Action	Indicateurs	Cibles	ODD
<b>3.1.3</b> Faire la promotion des bonnes pratiques en tourisme durable de façon transversale à travers nos contenus et campagnes promotionnelles sur les marchés ciblés	Pourcentage de visibilité accordée à la destination durable dans nos campagnes promotionnelles	15 % de visibilité de la destination durable dans nos campagnes promotionnelles	 
<b>Explications</b>		<b>Résultat</b>	
Depuis automne 2022, 100 % des campagnes promotionnelles doivent respecter une feuille de route qui oblige l'inclusion de critères durables. Ensuite, ce brief est fourni à l'agence promotionnelle. La campagne est diffusée pendant 2 ans, donc 2022 et 2023 pour cette année, ce qui représente une action durable, celle d'utiliser au maximum le contenu développé.		100 % des campagnes tiennent compte de la destination durable	

### 3.2 Promouvoir des outils et ressources pour soutenir des causes et des projets sociaux, environnementaux ou économiques locaux




**Objectif :** Encourager les visiteurs à soutenir des projets et des causes sociales, environnementales et économiques





Action	Indicateurs	Cibles	ODD
<b>3.2.1</b> Promouvoir et encourager l'utilisation du calculateur de compensation carbone visiteurs sur le site Web de DQc	Nombre d'utilisateurs du calculateur (transactions complétées)	Augmentation de 15 % d'utilisateurs	 
<b>Explications</b>		<b>Résultat</b>	
Moins de transactions, mais plus de compensation cette année avec 759,8 tonnes - 5 754 arbres en 2023. La principale utilisatrice est DQc qui compense l'ensemble de ses déplacements. Un rapport annuel sera disponible en juin 2024, car l'année comptable du calculateur est de juillet à juin de chaque année.		9 utilisateurs, 759,8 tonnes pour 5 754 arbres	

Action	Indicateurs	Cibles	ODD
<b>3.2.2</b> Promouvoir des programmes régénératifs d'impact social, environnemental et économique auprès des visiteurs	Nombre de programmes partagés	*Phase d'élaboration et de mise en place	 
Explications		Résultat	 

### 3.3 Proposer, promouvoir et valoriser la mobilité durable dans la région de Québec

**Objectif :** Encourager un changement de comportement en optant pour une solution de mobilité durable sur le territoire de la région de Québec

Action	Indicateurs	Cibles	ODD
<b>3.3.1</b> Rendre accessibles les déplacements du RTC par de la gratuité aux visiteurs et visiteurs spéciaux	Nombre de cartes utilisées	Utilisation d'au moins 80 % des cartes distribuées	 
Explications		Résultat	
Pour cette année, environ 63 % des cartes ont été utilisées/activées selon les statistiques fournies par le RTC (en date du 28 nov. 2023). Cependant, nous avons augmenté le nombre d'établissements participants à 55 contrairement à 29 en 2022.		Utilisation de 63 % des 16 700 cartes distribuées	


Action	Indicateurs	Cibles	ODD
<b>3.3.2</b> Promouvoir la mobilité douce auprès des visiteurs	Nombre d'actions de promotion	Faire 1 action de promotion	 
Explications		Résultat	 
En 2023, afin de promouvoir le service de vélo partage du RTC, nous avons remis, à 16 établissements d'hébergement, 32 casques (2x chaque) pour un total de 104 casques distribués depuis 2022. Chaque année, nous ajouterons des casques en fonction de l'expansion du service àVélo.		3 actions de promotion ont été réalisées	

En novembre 2023, lorsque le RTC nous a fourni ses nouveaux tarifs évènementiels, nous avons partagé à nos membres, une infolettre dédiée afin de faire la promotion des services du RTC lors de colloques, congrès ou autres événements.

Également, notre projet pilote EXPLORE, disponible partout sur notre territoire, encourage la découverte des lieux méconnus, dans la mesure du possible, en utilisant la mobilité douce comme moyen de déplacement (à pied, vélo, etc.).

### 3.4 Positionner le tourisme durable comme partie intégrante de l'ADN de la destination

**Objectif :** Bâtir un récit collectif fondé sur les actions en DD de l'industrie

Action	Indicateurs	Cibles	ODD
<b>3.4.1</b> Intégrer la notion du tourisme durable dans l'ensemble des communications sur la destination	Pourcentage des sujets qui incluent des notions de DD dans chacune des communications de la destination	Assurer l'intégration de sujets liés au DD aux communications de la destination à hauteur de 10 %	
Explications		Résultat	
Le mécanisme de reddition de compte pour confirmer le 10 % d'intégration n'est pas encore confirmé. Nous ne sommes donc pas en mesure de confirmer si le 10 % a été atteint ou dépasser officiellement pour cette année.		Mécanisme de reddition en cours de réalisation pour 2024	



## FAIRE DE DQC UN ORGANISME ET UN MILIEU DE TRAVAIL DURABLE ET RESPONSABLE

### 4.1 Instaurer une culture de développement durable interne




**Objectif :** Stimuler l'adhésion des employés de DQC et de ses comités aux pratiques de développement durable

Action	Indicateurs	Cibles	ODD
<b>4.1.1</b> Offrir de la formation et de l'information sur le développement durable à tout le personnel de DQC	A- Nombre de formations en développement durable B- Taux de participation	A- Offrir 2 formations par année B- Avoir un taux de participation d'au moins 60 %	9 INDUSTRIE, INNOVATION ET INFRASTRUCTURE 16 PAIX, JUSTICE ET INSTITUTIONS EFFICACES
<b>Explications</b> <p>Cette année, nous avons concentré les formations sur l'équipe responsable du tourisme durable pour qu'ils soient de bons ambassadeurs de la durabilité à l'intérieur de l'organisation. Ils sont maintenant certifiés GSTC et ont suivi le parcours de l'Alliance de l'industrie touristique du Québec.</p> <p>L'équipe a également été accompagnée par la firme Ellio, grâce à un programme d'aide offert par l'Alliance de l'industrie touristique du Québec, afin de valider et mieux implanter certaines actions en tourisme durable en cours et à venir.</p>		<b>Résultat</b> A- 3 formations offertes à l'équipe du développement de la destination durable B- 3 employés (100 % de participation)	
<b>4.1.2</b> Souligner et partager les bons coups en matière de développement durable au sein de l'organisation	Nombre de contenus partagés	*Phase d'élaboration et de mise en place	16 PAIX, JUSTICE ET INSTITUTIONS EFFICACES
<b>Explications</b>		<b>Résultat</b>	






## 4.2 Doter DQc d'outils permettant de connaître l'état de transition durable de l'industrie touristique sur son territoire

**Objectif :** Obtenir une vision d'ensemble de l'industrie touristique en termes de pratiques de développement durable et d'impacts

Action	Indicateurs	Cibles	ODD
<b>4.2.1</b> Adaptation de la base de données SAM pour cumuler de l'information en tourisme durable de nos membres	Nombre de données collectées en DD	Augmenter de 15 % le nombre de données collectées	 
Collecte de 36 % de nouvelles informations concernant les pratiques durables des membres ayant répondu positivement à l'une des questions de développement durable lors du renouvellement de leur adhésion annuelle.			
<b>4.2.2</b> Acquisition d'une meilleure connaissance des impacts des changements climatiques sur notre territoire afin d'agir auprès de l'industrie touristique	A- Nombre données collectées B- Nombre d'actions mises en place	Augmentation de 36 % du nombre de données collectées  Compilation des données auprès d'une étude	
Explications	Résultat		
À la suite de l'étude des impacts des changements climatiques sur la région touristique de Québec en 2018, nous avons élaboré notre stratégie d'adaptation aux changements climatiques 2024-2026. Nous avons également acquis des connaissances lors du Parcours DD en tourisme de l'Alliance Touristique donné par l'équipe d'Ouranos (3 capsules sur les changements climatiques). Nous avons aussi participé à la journée de concertation du CMQ pour l'élaboration de leur future stratégie d'adaptation aux changements climatiques.	Étude réalisée et dont découle notre stratégie d'adaptation aux changements climatiques 2024-2025		

## 4.3 Intégrer des pratiques de gouvernance et de développement durable au sein de l'organisation

**Objectif :** Être exemplaire en termes de développement durable

Action	Indicateurs	Cibles	ODD
<b>4.3.1</b> Création d'une politique interne en développement durable et mise en place d'un comité de travail	Pourcentage de la politique mise en place	Mise en place de 50 % de la politique	 
<b>Explications</b>	<b>Résultat</b>		
75 % de la politique a été mise en place entre autres par notre comité santé mieux-être. Seulement 4/16 actions sont manquantes et seront mises en place en 2024.	75 % de la politique mise en place		
<b>4.3.2</b> Réalisation d'un audit interne et externe et mise en place d'un plan d'action (ex. : certification d'organisation et de destination)	Nombre d'ODD atteint	3 ODD atteints	
<b>Explications</b>	<b>Résultat</b>		
À l'automne 2023, nous avons débuté la certification interne de DQc avec le programme de certification Biosphere. À ce jour, nous sommes engagés envers la démarche et nous prévoyons obtenir la certification en 2024. En ce qui concerne la certification de destination Biosphere, nous nous sommes également engagés à l'automne 2023 et prévoyons d'obtenir la certification d'ici l'audit du GDS en mai 2024.	Engagés sur 17 ODD dans le processus de certification Biosphere, certification prévue en 2024		



## 4.4 Maintenir une connaissance élevée du domaine et un plan d'action efficace

**Objectif :** Être un acteur de première ligne en tourisme responsable au Québec

### Action

**4.4.1** Participation à des formations, colloques, etc., pour maintenir un niveau élevé de connaissances et d'orientations sur les actions à retenir dans le plan triennal

### Indicateurs

Nombre d'activités de formation

### Cibles

Participé à au moins 3 formations ou événements en tourisme durable

### ODD



### Explications

En 2023, l'équipe du développement de la destination durable a eu la chance de participer aux formations et événements suivants :

#### Formations :

- > Parcours DD alliance;
- > Nouveau membre GSTC (avril) et formation de 3 professionnelles (août).

#### Événements :

- > IMPACT (janvier);
- > GOMédia à Saskatoon (septembre);
- > Colloque sur l'accessibilité universelle (septembre);
- > CRE - biodiversité (octobre);
- > CMQ - Changements climatiques (octobre);
- > Symposium de Tourisme Durable Québec (octobre);
- > GDS Forum (octobre);
- > Symposium Destination Canada (novembre);
- > Atelier de sensibilisation aux réalités autochtones en contexte touristique par tourisme Montréal (décembre).

### Résultat

Participation à 10 événements cette année (formations, symposiums, colloques)

### Action

**4.4.2** Désignation d'au moins une ressource interne dédiée au développement durable

### Indicateurs

Nombre de ressources internes formées

### Cibles

Former au moins 2 ressources

### ODD



### Explications

3 ressources ont été certifiées GSTC en plus d'avoir été impliquée dans divers événements et formations des points 4.1.1 et 4.4.1. Également, une nouvelle directrice de section (section du développement de la destination durable), spécialisée en DD, s'est jointe à l'équipe à l'automne 2023. Durant l'année, nous avons également accueilli 2 stagiaires qui nous ont permis de recueillir plusieurs informations terrain pertinentes pour la mise en place d'initiatives actuelles et à venir.

### Résultat

3 ressources formées







**Québec**<sup>cité</sup>  
l'accent  
d'Amérique

quebec-cite.com

Tél. : 418 641-6654

399, rue Saint-Joseph Est, Québec (Québec) Canada G1K 8E2

CRÉDITS PHOTOS

Gabriel Gakwaya, Jeff Frenette Photography, Mathieu Dupuis,  
Dany Vachon, Guy Lessard, Pierre-Nic Lessard

Québec 

Canada 