



Destination  
**Québec**  
cité

**AGA 2022**  
Le 9 juin 2022



# Ordre du jour – AGA 2022

1. Mot de bienvenue
2. Ouverture de l'Assemblée générale annuelle 2022
3. Adoption de l'ordre du jour
4. Adoption du procès-verbal de l'Assemblée générale du 16 septembre 2021
5. Mot de la Ville de Québec (Mme Mélissa Coulombe-Leduc)
6. Bilan de M. Jean-François Côté, président du conseil 2021-2022
7. Présentation des performances touristiques et des états financiers 2021
8. Période de questions
9. Approbation de la nomination d'un administrateur au conseil 2022-2023

## **PAUSE**

10. Présentation des officiers et des administrateurs du conseil 2022-2023
11. Levée de l'Assemblée générale annuelle 2022

# Adoption de l'ordre du jour

# Adoption du procès-verbal de l'Assemblée générale du 16 septembre 2021



# Mot de la Ville de Québec

**Mme Mélissa Coulombe-Leduc**  
Conseillère du district du Cap-aux-Diamants

# Mot du président du conseil

M. Jean-François Côté

# Annonce de nouvelles liaisons aériennes



# 2022

## nouvelle année de référence touristique



# Performances touristiques 2021

**Robert Mercure**

Directeur



# Marque touristique

## Quelques bons coups

### Grands événements

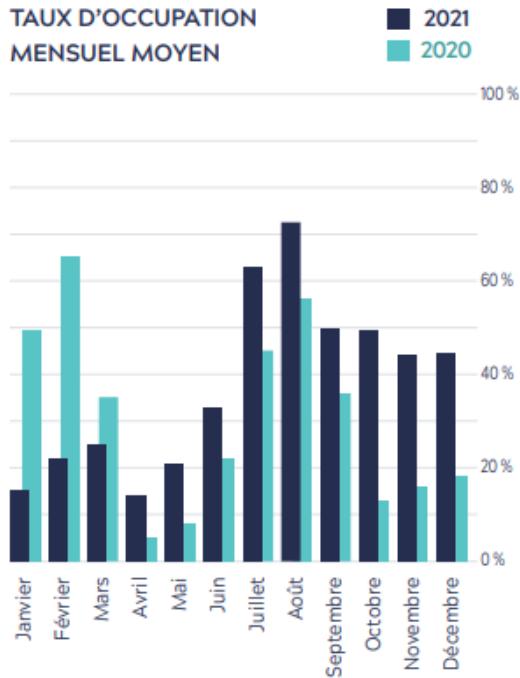
- Carnaval de Québec
- Fêtes de la Nouvelle-France
- Festival d'été de Québec
- Marché de Noël allemand de Québec

### Fidéides

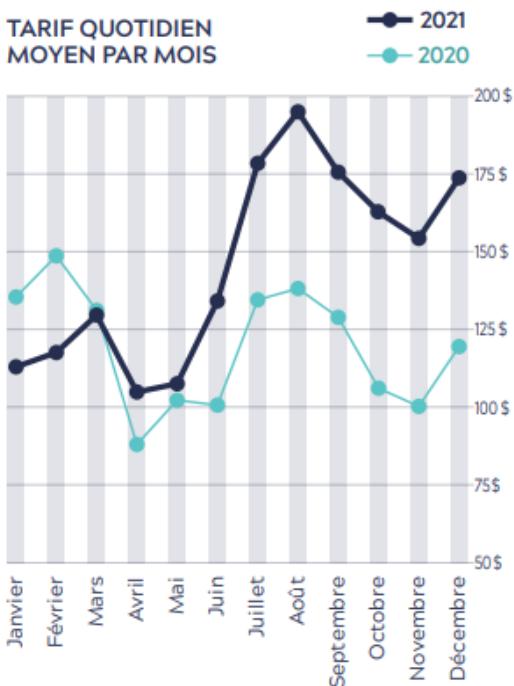
- **Croisières AML**  
Prix de l'industrie touristique de l'année
- **Hôtel de Glace**  
Prix de l'événement ou attraction touristique de l'année

# 2021 en chiffres

COMPARATIF DES  
TAUX D'OCCUPATION  
MENSUEL MOYEN



TARIF QUOTIDIEN  
MOYEN PAR MOIS



**+38,6 %**

Nombre de chambres louées  
(taux d'occupation moyen)

**9,59 M\$**

en taxes sur l'hébergement  
destinés à l'activité touristique

**+21,7 %**

158,95 \$ : tarif quotidien moyen  
d'une chambre louée

# Programmes de soutien financier



**Mise en valeur  
du fleuve  
Saint-Laurent**

**Les Fêtes de la  
Nouvelle-France  
2021**

**Le Festival d'été  
de Québec**

# Commercialisation

## Retombées de presse

Articles analysés par notre bureau et Agility  
du 1<sup>er</sup> janvier au 31 décembre 2021

	NOMBRE D'ARTICLES 2021	VALEUR MÉDIATIQUE \$
RETOMBÉES NON SOLICITÉES	124	12 657 010
RETOMBÉES SOLICITÉES	204	16 806 994
GRAND TOTAL	328	29 464 004 *

Les rapports d'Agility ont été réactivés de septembre à décembre.

# Relations directes avec le consommateur

## SITE WEB

**+ 71 %**

**5,5** millions de sessions

Malgré une concurrence accrue sur les moteurs de recherche, nous conservons une position enviable sur le Web et le trafic est comparable à celui de 2019.

## LIENS SORTANTS

**+ 157 %**

**1,7**

millions de liens sortants (clics) vers les sites de nos partenaires

## RÉSEAUX SOCIAUX

**+ 6 %**



**237 700** abonnés

**+ 21 %**



**186 700** abonnés

# Campagnes publicitaires

Profitez de Québec pour eux



**75** millions de vues  
de la vidéo

**43** millions de vues  
à l'intra-Québec

**32** millions de vues  
en Ontario

# Campagnes publicitaires

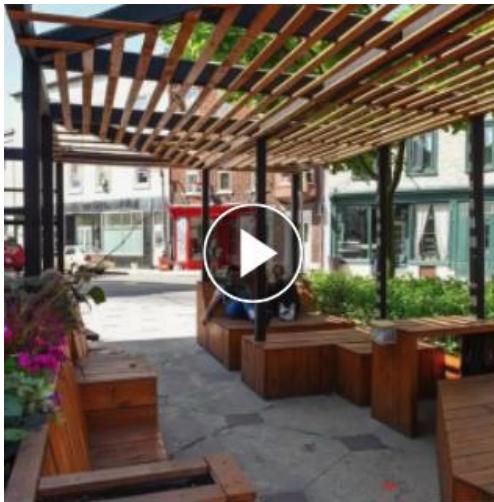
## Québec local



quebec-cite.com

8 nouveaux restaurants à  
découvrir

Learn more



quebec-cite.com

10 façons de redécouvrir  
Québec

Learn more

**297 000**  
visites sur le site Web

**91 000**  
liens sortants  
sur les sites  
d'entreprises locales

# États financiers

		En millions de dollars		2021	2020
		Budget	Réel	Réel	
<b>Revenus</b>	Taxe sur l'hébergement	7,1	9,6		6,3
	Secteur public	12,0	15,9		10,7
	Secteur privé	0,5	0,3		0,5
	Total des revenus	19,6	25,8		17,5
<b>Charges</b>	d'opération	18,9	16,5		14,6
	de programmes	3,2	5,6		2,1
	Total des charges	22,1	22,1		16,7
Excédent (Insuffisance) des revenus sur les charges		(2,5)	3,7		0,8
Appropriation de résultats cumulés antérieurs		2,5			
Résultats nets budgétés		-			



# DES QUESTIONS ?



# PAUSE



# Présentation des officiers et des administrateurs

du conseil 2022-2023

# Levée de l'Assemblée générale annuelle 2022

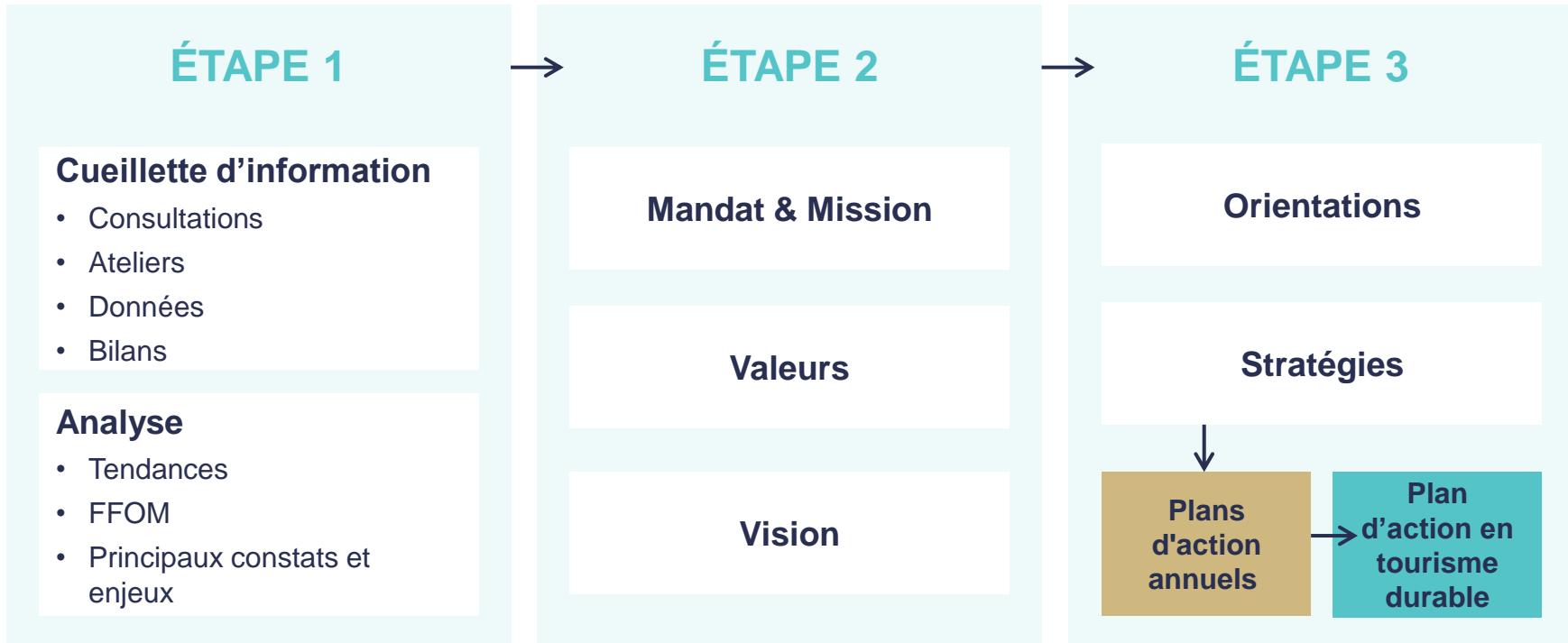




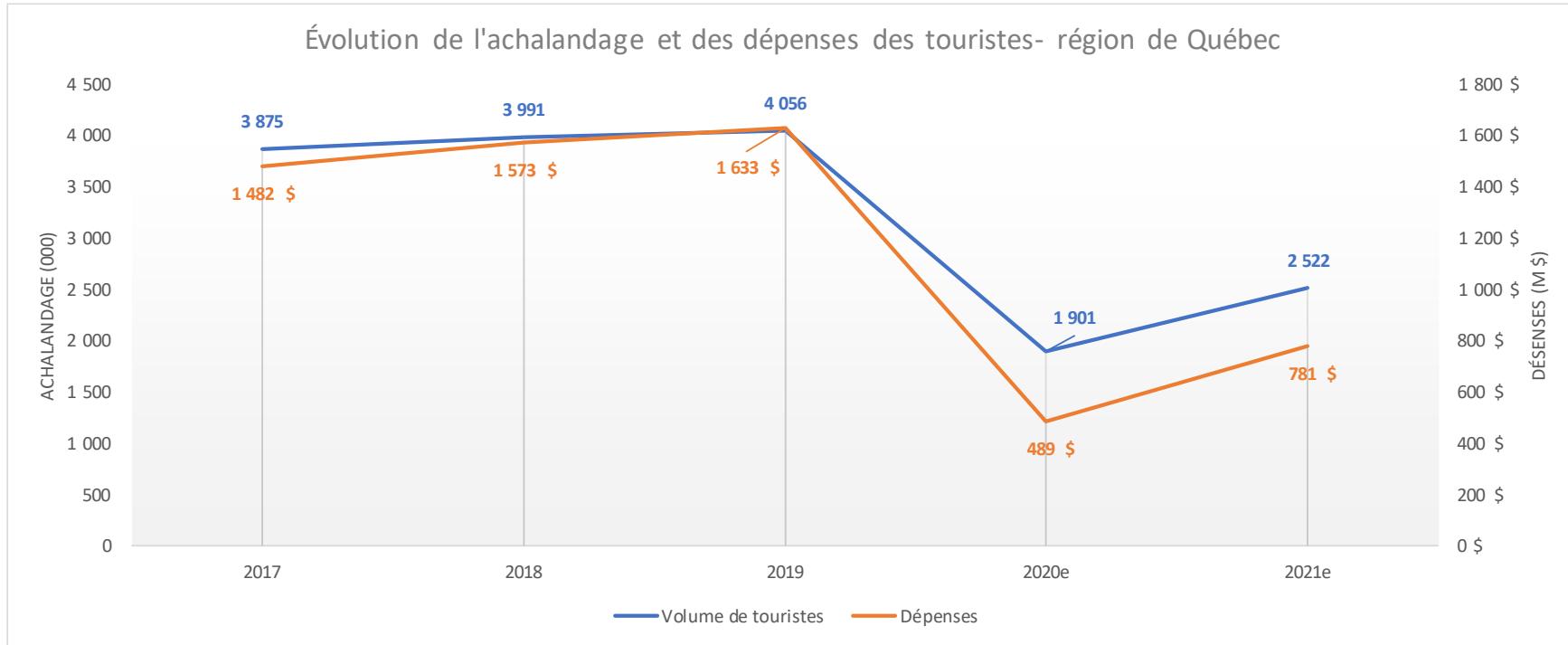
QUEBEC  
cité  
l'accent  
d'Amérique

# Planification stratégique 2022-2025

# Méthodologie



# ... suivi d'une crise historique



# Enjeux de la destination

- **La prospérité économique de l'industrie** (*précarité, instabilité, inflation, approvisionnement, etc.*)
- Le manque de **main-d'œuvre**
- Le maintien de la **qualité de l'expérience à destination**
- La **capacité** de la destination à répondre aux **nouveaux besoins et attentes** des visiteurs
- L'**accessibilité** à la destination (*transports, coûts*)
- Le retour des **touristes internationaux** (*agrément et affaires*)



# Le statu quo n'est pas une option!

Destination Québec cité doit :

**s'adapter à la réalité mondiale changeante et incertaine**

**évoluer en harmonie avec la destination et ses collectivités**



## Notre 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**.

## Nos valeurs

Audace

Agilité

Engagement

## Trois axes d'intervention

Compétitivité  
des organisations

Attractivité  
de la destination

Rayonnement  
de la destination

# VISION

**Destination Québec cité**  
Le Nouveau Monde  
tourné vers un tourisme  
qui change



# Quatre grandes orientations stratégiques pour aller vers un tourisme compatible avec l'avenir



# Accroître le leadership collaboratif



Implanter les **meilleures pratiques d'affaires** pour saisir les opportunités de faire toujours mieux ensemble

## Destination Québec cité va :

- Bonifier son offre de services
- Accompagner les organisations à relever leurs défis
- Amplifier des **partenariats stratégiques novateurs**
- Collaborer aux initiatives des partenaires pour répondre à leurs **besoins de main-d'œuvre**
- Optimiser les relations avec les **résidents**

# Stimuler un achalandage équilibré



Stimuler la prospérité touristique tout en assurant le respect de la communauté et les capacités de la destination

## Destination Québec cité va :

- Répartir les saisons de façon optimale tout au long de l'année et sur l'ensemble du territoire
- Enrichir l'offre touristique régionale en toutes saisons
- Bonifier les services offerts aux visiteurs
- Maximiser les contenus authentiques et inspirants auprès des clientèles (B2B, B2C, B2M)
- Renforcer l'authenticité de l'expérience via les résidents comme fiers ambassadeurs

# Transformer le modèle d'intelligence d'affaires



Faire évoluer le modèle actuel et **faciliter l'accès** à des données en temps réel, actuelles et accessibles

**Destination Québec cité va :**

- Accélérer l'**innovation technologique**
- Développer de **nouveaux partenariats via le partage de connaissances** pour une meilleure compréhension et performance collective
- Rendre **disponibles des nouvelles données** dans des formats intéressants et accessibles à l'industrie

# Accélérer le virage vers le tourisme responsable



Devenir un des meilleurs en Amérique du Nord en travaillant de concert, dès aujourd'hui, avec les intervenants pour **protéger la qualité des milieux de vie et les atouts distinctifs** de la destination

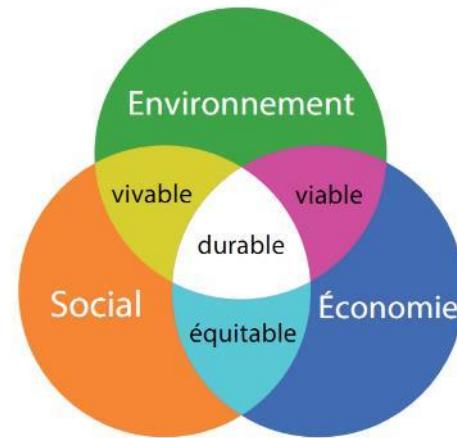
## Destination Québec cité va :

- **Accompagner et soutenir** les organisations menant au tourisme responsable
- Offrir aux organisations des **services adaptés aux nouvelles réalités**
- **Renforcer l'ADN de la destination** par une offre renouvelée
  - *Lancement d'un LAB tourisme durable en partenariat avec MTLab*
- **Valoriser** la culture et le patrimoine, la nature, les communautés locales ainsi que les Premières Nations
- **Agir avec respect** pour la diversité, l'équité, l'inclusion

# Accélérer le virage vers le tourisme responsable



Trois dimensions du développement durable



**Le tourisme responsable** tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels et futurs, répond aux besoins des visiteurs, des professionnels, des communautés d'accueil ainsi que de l'environnement

# Tourisme responsable - 4 principaux engagements



# Tourisme responsable - 4 principaux engagements

2

Accompagner les entreprises de la région  
de Québec dans le virage vers un tourisme  
responsable et durable





# Tourisme responsable - 4 principaux engagements

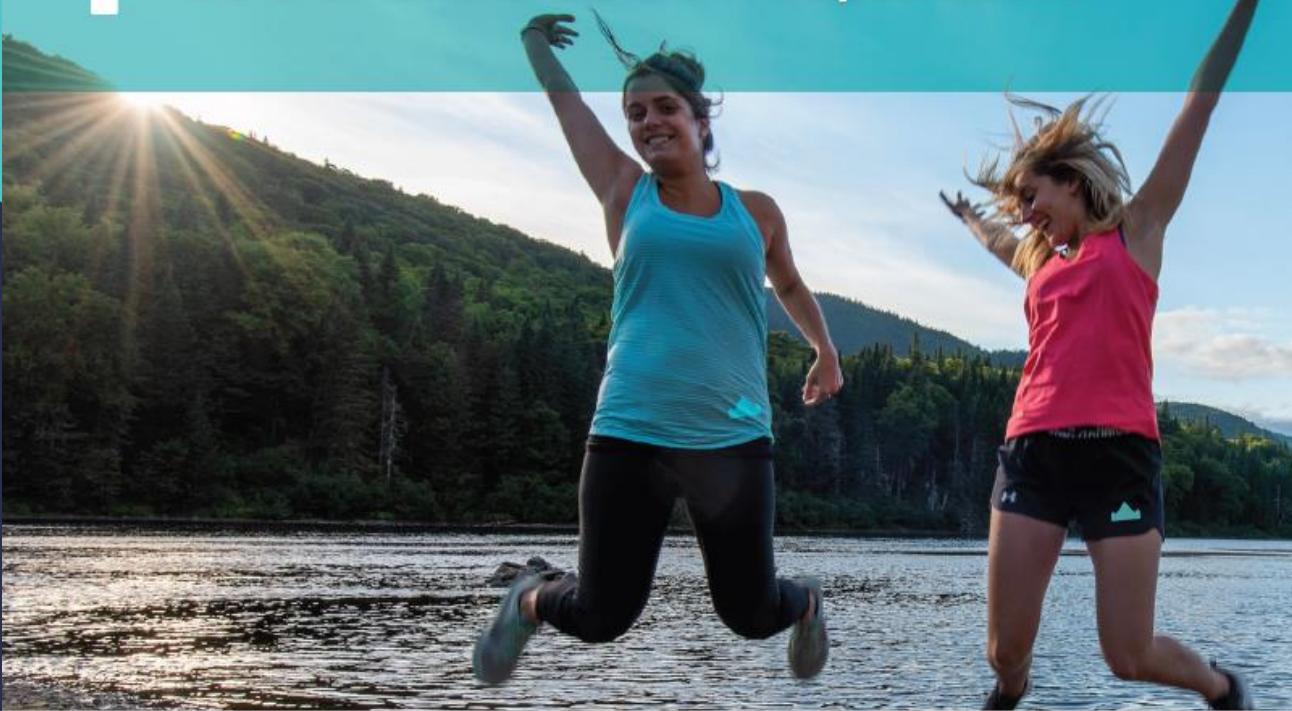
**3** Valoriser l'offre et promouvoir les actions en tourisme durable et responsable de la région de Québec



# Tourisme responsable - 4 principaux engagements

4

Faire de DQc un organisme et un milieu  
de travail durable et responsable



# Accélérer le virage vers le tourisme responsable

## Comment y parvenir?

- Équipe à l'interne
- Partenariats stratégiques
- Fournisseurs clés

Prochaine étape pour votre entreprise ?  
[tourismedurable@quebec-cite.com](mailto:tourismedurable@quebec-cite.com)





# Les mesures de la performance

# La mesure de la performance au cœur de nos priorités

Comment  
performe  
la destination ?

- Dépenses touristiques globales et par marché
- Performance hôtelière
- Satisfaction des visiteurs à destination
- Audits régionaux en tourisme responsable (GDS & GreenStep)
- Recherches (demande) sur la destination sur le Web
- Recommandation de la région touristique des résidents à leurs proches

# La mesure de la performance au cœur de nos priorités

Comment  
performe  
DQC dans ses  
mandats-clés ?

- Campagnes publicitaires selon les cibles déterminées
- Plateformes numériques et des médias sociaux (volume, engagement, qualité)
- Couverture médiatique sollicitée (valeur et portée)
- Ententes de partenariats internationaux
- Actes d'information touristique sur l'ensemble des points de contact (volume)
- Actions annuelles du plan en tourisme responsable et durable (réalisation)
- Actions réalisées avec les résidents



# Perspectives touristiques 2022



Les festivals et les événements de retour  
en grand nombre et à pleine capacité



# Le pape à Québec, une première depuis 1984

1984



2022



# L'intérêt des voyageurs en forte hausse par rapport à 2021



Source : Google – volume de recherches indexé

# L'intérêt des voyageurs de retour au niveau prépandémique

**-6 %**



**+25 %**



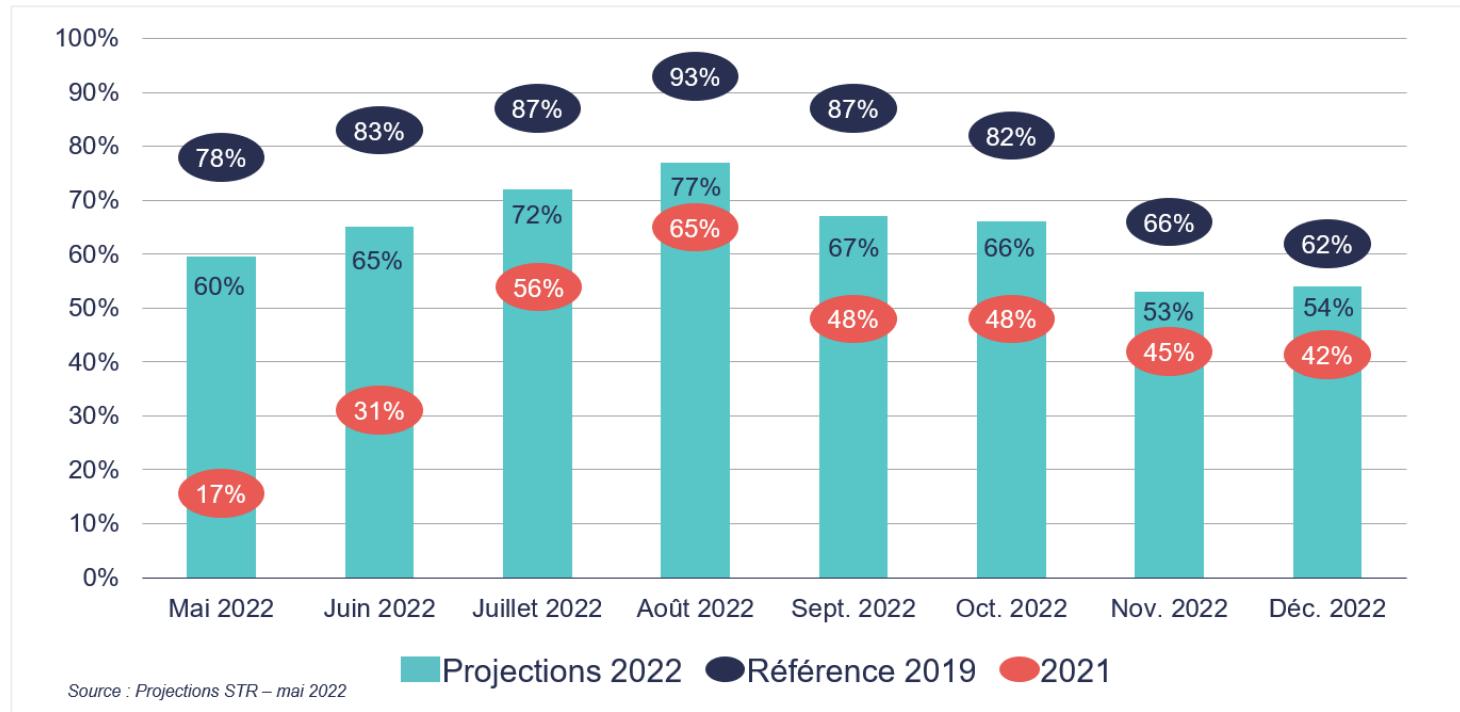
**+28 %**



Source : Google – volume de recherches indexé

# Projections – taux d'occupation

(basé sur la capacité « physique » des établissements d'hébergement)

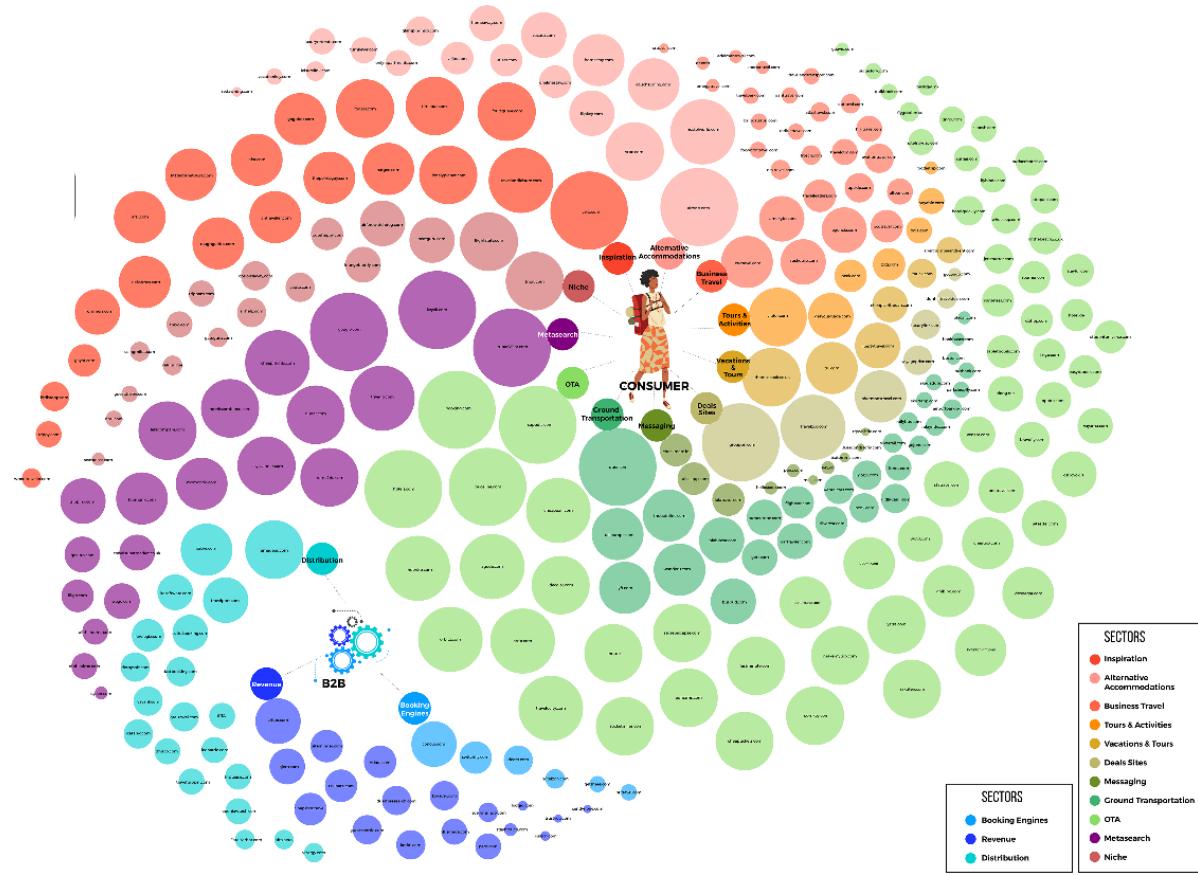


# Plan d'action 2022

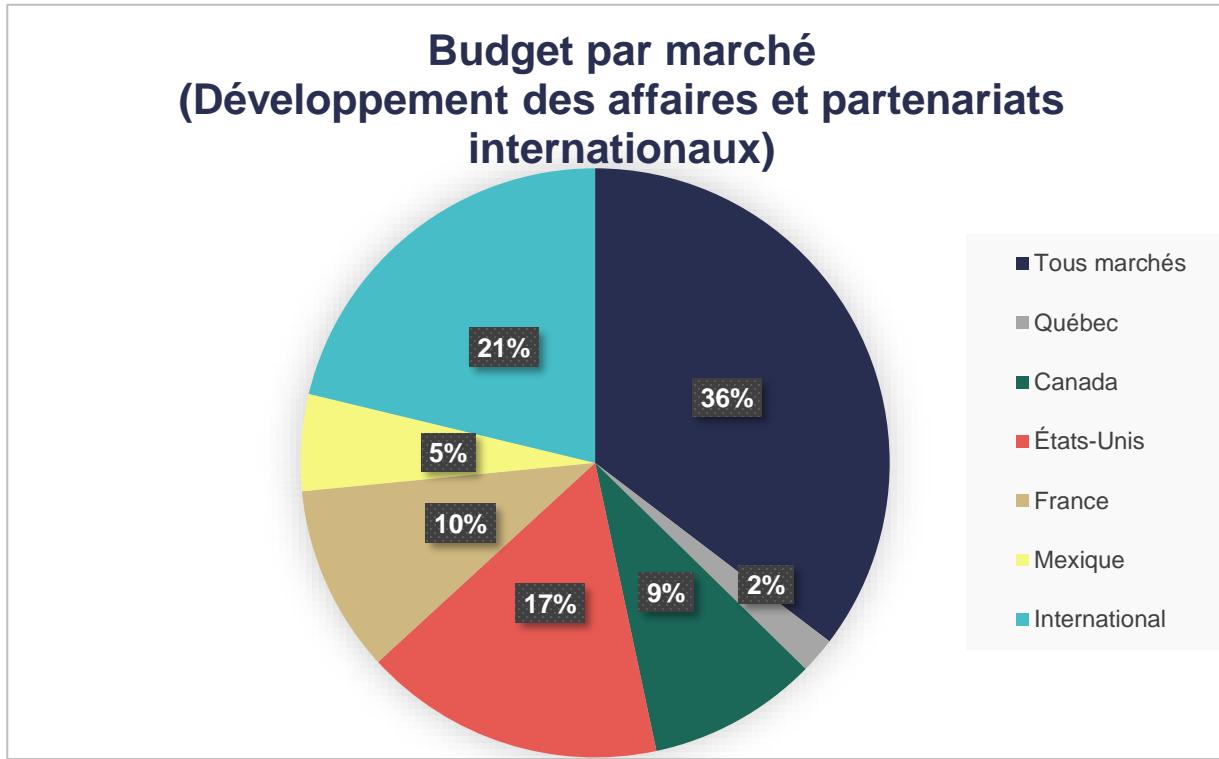




# Développement des affaires et partenariats internationaux



# 89 % du budget investi à l'international



# Principales actions

## Développement de stratégies marketing concertées

- Miser sur les effets levier de la collaboration



Aéroport  
international  
Jean-Lesage  
de Québec

bonjour  
québec



canada\*

# Principales actions

## Bonification de l'accessibilité aérienne

- Potentiel de 2 000 nouveaux touristes long-courriers chaque semaine en vol direct



# Principales actions

## Partenariat de commercialisation avec le réseau de distribution

- Rejoindre les clients des plus gros joueurs de l'industrie



# Principales actions

## Alliances stratégiques avec les réseaux d'agents de voyage

- Augmenter les ventes de Québec dans les périodes plus creuses
- Plus de 165 000 agents rejoints



# Québec, porte d'entrée

## Itinéraires responsables dans l'Est québécois



Voyage au Québec : circuit responsable de 3 semaines dans l'Est



Road trip Québec 15 jours : circuit responsable de la ville de Québec à la Gaspésie



Itinéraire Québec 15 jours en mode responsable : de la ville de Québec à la Minganie

LE QUÉBEC MARITIME

TOURISME  
**CHARLEVOIX**

Saguenay  
Lac Saint Jean

TOURISME  
**CHAUDIÈRE APPALACHES**

*Bas Saint Laurent*  
RÉSERVE MONDIALE DE BON TEMPS

TOURISME  
**CÔTE NORD**

TOURISME  
**GASPÉSIE**

Tourisme  
ÎLES DE LA MADELEINE

# Principales actions

## Création d'une table de ventes régionales

- L'intelligence collective au service du rayonnement international



# Principales actions

## Stratégie de contenu pour multiplicateurs

- Diffuser des contenus répondant aux besoins pour augmenter les ventes

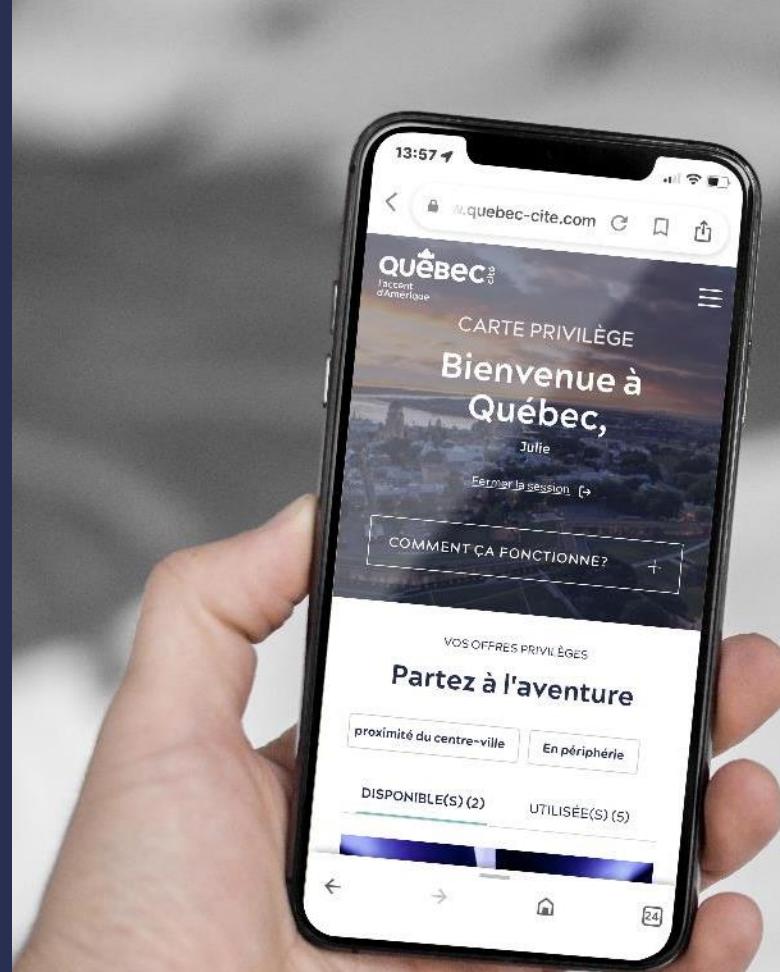


10 expériences de luxe pour épater vos clients à Québec

# Principales actions

## Carte privilège numérique

- Faciliter le séjour des journalistes, influenceurs et spécialistes du voyage qui séjournent dans la région





# Intelligence et marketing numériques

# Principales actions

Proposer une **intelligence d'affaires diversifiée et adaptée aux changements constants pour une prise de décision éclairée !**



# Principales actions

Bonifier les partenariats de données et d'intelligence d'affaires.

Établir la stratégie de données numériques et débuter le projet d'entrepôt de données.



ALLIANCE DE L'INDUSTRIE  
TOURISTIQUE DU QUÉBEC



CHAIRE  
de tourisme  
Transat  
ESG UQÀM

OXFORD  
ECONOMICS



Léger

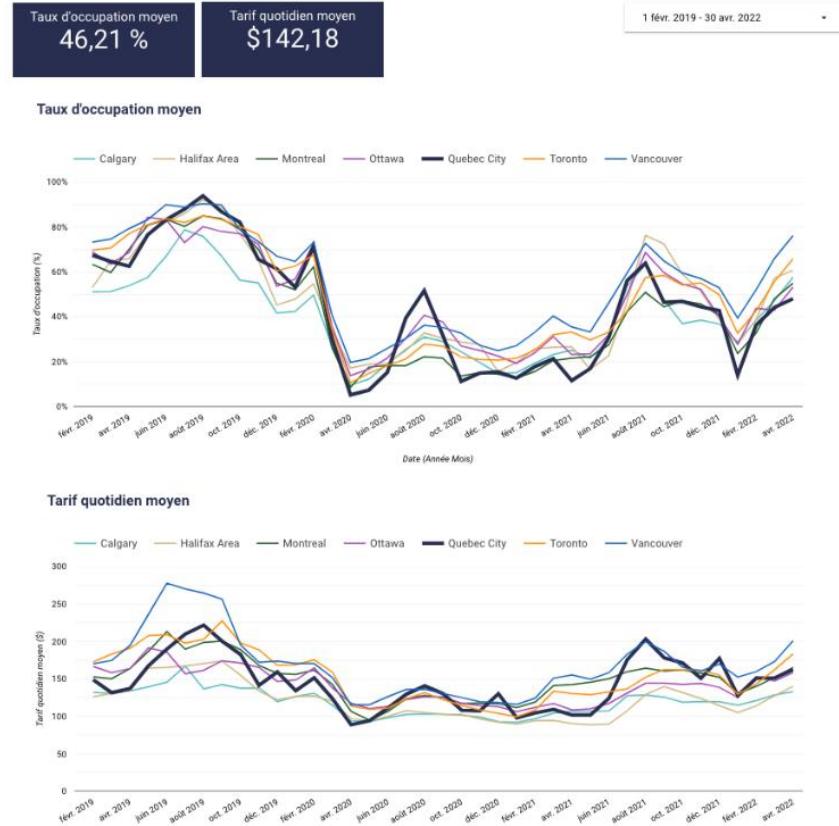
AIRDNA



# Principales actions

Actualiser les indicateurs de performance et les cibles.

Construire et diffuser des tableaux de bord et des analyses pour des utilisations concrètes et rapides.



# Principales actions

## Développer et expérimenter

- Prédictivité
- Géolocalisation
- Veille concurrentielle



# Principales actions

Optimiser le marketing numérique B2C en continu, flexible et responsable !

- Québec (région)
- Québec (province)
- Canada
- États-Unis
- \*France



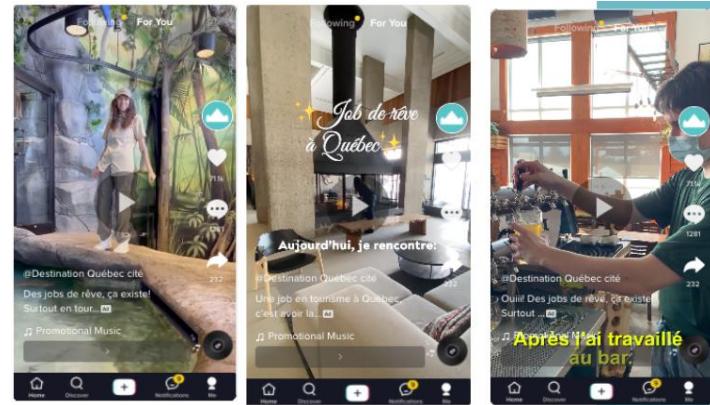


# Principales actions

## Développer et bonifier des contenus adaptés

- Patrimoine et histoire
- Mobilité durable
- Main-d'œuvre
- Capsules storytelling
- Forfaits et offres

## Histoire de Québec



# Principales actions

## Intégration du tourisme durable dans l'écosystème numérique

**Mise en place d'un calculateur de compensation carbone**  
(en collaboration avec Carbone Boréal)



## Compenser l'empreinte carbone de mon voyage

Destination Québec cité et [Carbone boréal](#) mettent à votre disposition un outil simple et facile pour calculer et compenser les émissions carbone liées à votre voyage à Québec. Votre compensation carbone permettra de planter des arbres dans la forêt boréale, qui joue un rôle très important pour atténuer le réchauffement climatique.  
[Comment ça marche?](#)

**VOS CONTRIBUTIONS (2)**

Avion - classe économique 1050km (0.37 tonnes, 1 arbre) <b>10,36\$</b>	Voiture hybride - 4.4L/100km 160km (0.02 tonnes) <b>0.56\$</b>
<b>4</b> Arbres plantés <b>0.39</b> Tonnes de CO2 <b>10,92\$</b> Compensation suggérée	

**COMPENSER →**

Ces chiffres seront demandés à l'étape suivante :

 0.39 Tonnes de CO2 éq. compensés	 10,92 \$CAD de compensation monétaire	 4 Arbres plantés en compensation
--	---	--

J'ai pris connaissance des spécifications et j'ai lu et accepté toutes les [modalités et conditions](#).

Compenser en double vos émissions dans une perspective intergénérationnelle

**PAYER EN LIGNE ↗**



# Communication et marketing

# Principales actions

## Optimiser et innover dans les communications

- Communications corporatives
- Tourisme durable
- Main-d'œuvre
- Québec local



# Principales actions

## Proposer de nouvelles approches de partenariats

- Nouveau magazine régional avec l'AHRQ
- Opportunités de partenariats avec les entreprises en marketing de contenu
- Collaboration évolutive avec l'AITQ / Bonjour Québec



Association hôtelière  
de la région de Québec



# Principales actions

Faire **vivre**  
la marque  
touristique

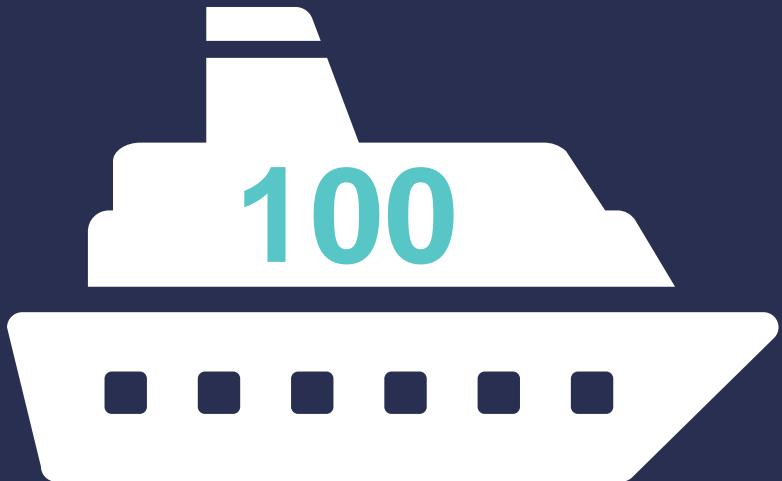


# Croisières internationales

~100 escales de navires de  
24 lignes de croisières différentes



130 000 croisiéristes  
visiteront Québec entre  
*mai et octobre 2022*



Plan stratégique 2022-2025

Source : Port de Québec



Développement de l'offre,  
des services et de l'innovation

# Principales actions

Partenariats stratégiques

Programmes d'aide  
financière

Main-d'œuvre

- Immersion + travail dans l'industrie
- Formation



# Accompagnement des entreprises | Offensives touristiques

1

**Restez à coucher  
(2e nuitée gratuite) -  
phase 1**

*Du 1<sup>er</sup> novembre au 31  
décembre 2021*

**76** établissements  
d'hébergement participants

**16 354** nuitées  
remboursées soit  
32 708 nuitées au total

**2 609 239,24 \$**  
remboursés aux  
établissements

2

**Restez à coucher  
(2e nuitée gratuite) -  
phase 2**

*Du 17 janvier au 4 mars 2022*

**104** établissements  
d'hébergement participants

**23 590** nuitées  
remboursées soit  
47 180 nuitées au total

**3 720 661,49 \$**  
remboursés aux  
établissements

3

**Offre exclusive aux  
résidents de Québec**

*50 % sur une nuitée et 25 \$  
au restaurant*

*(1<sup>er</sup> au 28 février 2022)*

**55** établissements  
d'hébergement participants

**1 998** nuitées remboursées  
**220 204 \$** remboursés aux  
établissements

**1 314** factures de  
restaurants/25 \$

4

**Passeports  
Québec cité  
(30 ou 40 % de rabais)**

*30 % ou 40 % de rabais à  
l'achat d'un passeport  
regroupant 3 ou 4 entreprises  
(depuis le 4 novembre 2021)*

**22 816** passeports vendus  
(31 mars 2022)

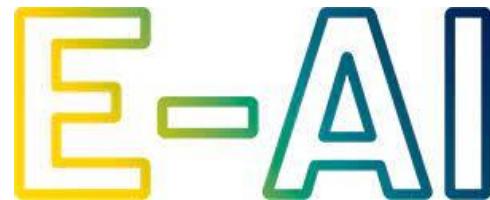
**1 269 252,77 \$**  
remboursés aux entreprises  
touristiques

# Principales actions

## Innovation et transformation

Partenariat avec MTLab et Québec Numérique

Appel à projet en IA  
(Entertainment E-AI, Yulism)



# Autres projets 2022

- Accompagnement des entreprises touristiques dans leur transition  
[tourismedurable@quebec-cite.com](mailto:tourismedurable@quebec-cite.com)
- Plan montagne
- Destination jeunesse





Expérience visiteur et service  
aux membres

# Principales actions

**Nouveau modèle d'adhésion**

**Planifier et offrir des formations, des webinaires** (ex. Classe des maîtres)

**Bonification - Information touristique** (projet-pilote + reprise du service pour les croisiéristes)

**Développer l'offre de mobilité durable** (projet-pilote + casques)



# Principales actions

Réaliser le plan d'action 2022  
en lien avec le  
**résident ambassadeur**  
+ pour les prochaines années

Développer l'**odeur identitaire** de  
Québec



# DES QUESTIONS ?



**N'oubliez pas de nous aider  
à ce que cet événement soit  
carboneutre**





**Tous les  
documents sont  
disponibles dès  
maintenant au :**

**[quebec-cite.com/AGA2022](http://quebec-cite.com/AGA2022)**



# Cocktail – Clubby Bar