Rapport annuel 2022-2023

TOURISME ABITIBI•TÉMISCAMINGUE

”

C’est avec résilience que nos membres se sont adaptés à plusieurs défis dans les dernières années, dont la pandémie et la pénurie de main d’oeuvre.

– Randa Napky

“

Table des matières

Aperçu

1. Mot du président 05

2. Les membres du conseil d'administration 06

3. Le personnel et les collaborateurs 07

4. Vision, mission, valeurs 08

Concertation et développement

5. Démarche de concertation avec le Centre d'excellence (CED) 09

5.1 Tourisme culturel 10

5.2 Séjour en pourvoirie 11

5.3 Plein air 13

5.4 Motoneige 15

5.5 Financement 15

Accueil, renseignements et statistiques

6. Accueil, renseignements et statistiques 17

6.1 Guide touristique officiel 18

6.2 Membership 19

Promotion et marketing

7. Campagne marketing 19

7.1 Campagne estivale 20

7.2 Campagne hivernale 21

7.3 Campagne pourvoirie 22

7.4 Professionnels du voyage 23

ski-doo

Émilien Larochelle
Président du conseil d'administration

1. Mot du président

Après des années sous le signe de la COVID-19, nous pouvons affirmer que le vent a tourné : nous sommes sortis de la pandémie. Nous pouvons désormais regarder en avant, améliorer nos faiblesses et poursuivre sur notre belle lancée.

Précisons que la dernière année est plus que satisfaisante. En effet, l'attention portée et le temps investi auprès de nos membres portent fruit. Grâce à des rencontres d'informations et d'échanges, nous détenons une meilleure connaissance de ce qui se passe dans chacun des milieux. En ce sens, les Masterminds sont un véritable succès. En mars dernier, l'initiative se poursuivait avec le lancement du sondage sur l'indice du bonheur. Ainsi, nous serons sous peu en mesure d'identifier les enjeux à traiter sur l'ensemble du territoire, en plus de travailler conjointement aux améliorations qu'ils nécessitent. Le génie des Abitibiens et des Témiscamiens est mis à profit et nous permet de nous démarquer, comme il l'a toujours fait.

Nous avons également mis en place une stratégie numérique. En septembre dernier, nous avons finalisé la fusion des plateformes Web de Tourisme Abitibi-Témiscamingue et d'Attractivité Abitibi-Témiscamingue. Depuis, nous parlons d'une seule et forte voix pour faire rayonner l'ensemble du territoire témiscabitibien.

De surcroît, nos finances sont saines. Si, depuis plusieurs années, l'enveloppe budgétaire de l'Association touristique régionale était la même, cette année, elle a considérablement augmenté. Est-elle à la hauteur de nos ambitions ? Pas encore! Néanmoins, elle nous permet de continuer notre développement et de poursuivre notre mission : la valorisation de notre territoire.

Je vois l'année 2023-2024 avec un optimisme et un enthousiasme que j'espère contagieux. En continuant de travailler conjointement avec les membres et les partenaires de la région, nous poursuivrons ces deux objectifs : palier à la pénurie de main d'œuvre et répondre de mieux en mieux aux besoins exprimés par nos organismes touristiques régionaux.

Entre temps, prenez un moment pour consulter ce rapport annuel. Il présente ce que notre équipe a réalisé au cours de la dernière année. J'en profite pour remercier le conseil d'administration, composé de personnes engagées, prêtes à tout mettre en œuvre pour que la région se développe. Je remercie également l'ensemble des membres du personnel de Tourisme Abitibi-Témiscamingue et souligne leur professionnalisme, leur efficacité ainsi que leur bienveillance, gages de succès et de pérennité.

Pour la prochaine année, je nous souhaite deux choses : qu'ensemble, nous continuions d'alimenter le sentiment d'appartenance grandissant que les Témiscabitibiens développent envers leur territoire et de faire rayonner la région qui grandit du succès de chacun de ses membres.

Bonne lecture!

2. Les membres du conseil d'administration

Émilien Larochelle
Président
Délégué MRC Abitibi-Ouest

Frédérick Arsenault
Vice-président
Administrateur

Nancy Arpin
Secrétaire-trésorière
Déléguée Office du tourisme et des congrès de Val-d'Or

Jean-Claude Loranger
Administrateur

Anny Roy
Déléguée
MRC de Témiscamingue

Nathalie Grenier
Déléguée CLD
Rouyn-Noranda

Sylvie Pomerleau
Déléguée Tourisme
Amos-Harricana

Jean-Pier Frigon
Représentant hôtelier

Éric Paquet
Représentant pourvoirie

Sylvain Blais
Observateur

3. Le personnel et les collaborateurs

LE PERSONNEL

Randa Napky
Directrice générale

Stéphanie Lamarche
Directrice principale

Martin Poitras
Directeur marketing

Josée Ricard
Directrice
des finances

Julie Régimbald
Directrice
des finances

Nancy Leblond
Responsable service
aux membres

Hélène Lessard
Technicienne
comptable

Guillaume Travert
Délégué commercial/
coordonnateur
marketing

Mélinda Théberge
Responsable des
campagnes

Virgil H. Laferté
Vidéaste et
responsable des
tournées de presse

Claudine Gagné
Responsable
création contenu
numérique

Clara Meriel
Adjointe à la
direction et à
l'accueil

Stéphanie Brousseau
Chargée de projet
marketing

Stéphanie Cloutier
Designer graphique

LES COLLABORATEURS

Ghyslaine Dessureault
Consultante en
développement de
l'offre pourvoirie

Pascale Charlebois
Consultante en
médiation culturelle

France Lemire
Consultante en
développement de
l'offre plein air et
motoneige

PARTENAIRE

Caroline Lemire
Directrice générale
Minwashin

4. Vision, mission, valeurs

Vision

Que le tourisme soit un maillon vital de la chaîne sociale, environnementale, économique, culturelle, et ce, en priorisant avant tout le bien-être et la qualité de vie de nos communautés d'accueil locales.

Mission

Tourisme Abitibi-Témiscamingue agit comme un moteur de valorisation de l'Abitibi-Témiscamingue, de structuration de son offre touristique, de fierté et d'attractivité, et ce, dans un esprit d'innovation et de créativité.

Tourisme Abitibi-Témiscamingue focalise l'attention des parties impliquées en tourisme sur la qualité de vie des citoyennes et des citoyens et fait du tourisme une locomotive d'un développement qui renforce de manière manifeste la durabilité de la destination et le mieux-être des communautés d'accueil locales.

Valeurs

Bienveillance • Audace • Écoute • Collaboration

Concertation et développement

Tourisme Abitibi-Témiscamingue (TAT) fût pionnière dans le développement de l'offre touristique destinée avant tout à augmenter la qualité de vie des citoyennes et citoyens.

Pour ce faire, nous avons misé sur la structuration de l'offre touristique en faisant appel à des consultants spécialisés en plein air, chasse et pêche, culture et services aux membres.

Un accompagnement rigoureux d'organismes, de municipalités et d'entreprises se traduit par une panoplie d'interventions allant du service-conseil à du financement de projets structurants.

L'adaptation et la flexibilité sont la clé du succès de notre équipe de développement!

Les secteurs soutenus par ces experts sont :

- L'aventure et le plein air
- Le tourisme culturel
- La motoneige
- La pourvoirie

Sans l'imagination et la passion des intervenants qui œuvrent en tourisme, cette industrie n'existerait pas. C'est pourquoi nous trouvons important de maintenir ces services qui sont essentiels à notre avenir comme région.

5.0 Démarche de concertation avec le Centre d'excellence (CED)

L'automne dernier, Tourisme Abitibi-Témiscamingue a lancé une démarche de codéveloppement afin de regrouper des personnes qui souhaitent apprendre les unes des autres afin d'innover et d'améliorer leur pratique professionnelle et contribuer à augmenter l'attractivité globale de notre région.

Le modèle Mastermind fut retenu pour effectuer cet exercice. Cette méthode consiste à inviter cinq participants qui prennent le rôle d'un client qui expose sa problématique aux quatre autres qui agissent à titre de consultants pour l'exercice.

Cinq champions ont été identifiés dans chacune des MRC et ont assisté à cinq rencontres animées par des professionnels de l'animation de codéveloppement.

25 projets ont émergé de cette manœuvre. Cinq dans chacune des MRC. Plusieurs sont en cours de réalisation en ce moment.

Les participants à cet exercice sont les suivants :

- Dans la MRC d'Abitibi
- Dans la MRC d'Abitibi-Ouest
- Dans la Ville de Rouyn-Noranda
- Dans la MRC de la Vallée-de-l'Or
- Dans la MRC de Témiscamingue

5.1 Tourisme culturel

Culturat

Après mûre réflexion à l'interne et multiples consultations auprès d'acteurs culturels de la région, il fut convenu d'intégrer Culturat à la nouvelle mission de Tourisme Abitibi-Témiscamingue en lien avec le bonheur des communautés locales d'accueil. Sachant que les arts et la culture font partie intégrante du bonheur des citoyennes et citoyens, une nouvelle stratégie de communication sera développée pour intégrer cette dimension incontournable à l'augmentation du bonheur dans notre région.

Territoire leader

Deux rencontres de suivi avec l'expert de l'ONG Cités et gouvernements locaux unis (CGLU), Antoine Guibert;

Une rencontre avec les participants du Radar en 2019;

Quatre conférences données par des experts internationaux :

- Iseult Byrne, CEO de Dublin City council culture company, sur la Culture, l'inclusion sociale et la participation citoyenne;
- Marc Villarubias, CO18 Culture objectif 18, Lyon et Jean Blaise, le voyage à Nantes sur la culture, les espaces publics et l'urbanisme.
- Nancy Duxbury, Creatour, Portugal sur la culture, l'économie et le tourisme durable;
- Ralph Waltmans, Directeur aux affaires culturelles du Service culture d'Esch-sur-Alzette, Luxembourg, sur la culture, l'environnement et la transition écologique.

Chacune de ces conférences fut l'occasion de sonder les souhaits des participants, ce qui a donné lieu à un rapport d'activités et des recommandations de CGLU, publié sur ce site : https://agenda21culture.net/sites/default/files/files/cities/content/final-report_abitibi-fra.pdf

Projets culturels

Odeimen : 8 oeuvres d'artistes anicinabek installées dans 8 établissements de santé de la région. Un projet en collaboration avec Minwashin et le CISSAT.

Soutien de la Fromagerie le Fromage au Village pour le développement d'un projet en tourisme culturel.

Participation à une étude provinciale de l'Observatoire des médiations culturelles.

Comité Les Éclaireurs, CISSAT, Témiscamingue, comité d'embellissement du centre-ville d'Amos, Journée du patrimoine religieux (Amos), conseil d'administration du réseau Les Arts et la Ville.

Participation à l'exposition photo de Guangzhou international Sister-City Universities et présentation de François Bédard lors d'une conférence en Chine et participation à la COP15.

5.2 Séjour en pourvoirie

Portrait de la pourvoirie en Abitibi-Témiscamingue en 2022-2023

81
permis de pourvoirie

10
pourvoiries à droits exclusifs de chasse et de pêche (3 dans la MRC de Témiscamingue et 7 dans la MRC de la Vallée-de-l'Or)

71
pourvoiries à droits non exclusifs
situées majoritairement sur le territoire libre

37 105
visiteurs

96 923
nuitées

116 672
jours/activités
(touristes et excursionnistes)

227
emplois directs
pour la plupart saisonniers

10,2 M$
revenus en pourvoirie

15,6 M$
PIB généré par les activités liées aux pourvoiries

Une industrie qui a vécu de grands changements au cours des dix dernières années :

- Près d'une trentaine d'entreprises ont changé de main
- Au moins 6 pourvoiries ont fermé leurs portes
- Au moins 6 autres affichent à vendre
- Depuis la pandémie, la proportion de clients non-résidents, qui comptait pour 60 % par rapport aux clients résidents, qui était à 40 %, s'est inversée.

2023 devrait nous dire si cette tendance se maintiendra, alors que pour la première fois depuis 2020, les frontières seront ouvertes en début de saison.

Faits saillants

Encourager la relance de notre réseau de pourvoiries :

- Informer et accompagner les entrepreneurs dans leurs projets;
- En compagnie de collègues en développement durable de la Fédération des pourvoiries du Québec (FPQ), visite de 8 pourvoiries dont 5 gérées par de nouveaux propriétaires;
- Soutenir un développement durable et équitable du territoire : plusieurs actions posées pour permettre aux pourvoiries à droits exclusifs l'achat du fond de terrain de leurs principales unités d'hébergement et le transfert d'un bail commercial en bail privé et vice versa;
- Oeuvrer à la protection de la biodiversité et des écosystèmes forestiers, éléments essentiels de l'environnement des pourvoiries;
- Collaborer avec le Conseil régional en environnement de l'Abitibi-Témiscamingue (CREAT) à l'implantation de stations de lavage de bateaux en pourvoirie et en ZEC, dont 5 en pourvoirie à l'été 2023.

Collaborer à la mise en valeur de la ressource faunique

- Gérer l'émission des permis aux pourvoiries qui accueillent des chasseurs non-résidents à l'ours noir sur le territoire libre de la région; cueillette de plus de 104 paires de prémolaires pour enrichir nos connaissances sur l'âge de notre population d'ours noir;
- Participer aux travaux de la Table faune régionale sur de nouvelles modalités en vue du prochain Plan de gestion de l'orignal;
- Élaborer des propositions à soumettre aux autorités pour améliorer le contrôle des exceptions du Règlement sur l'encadrement des chasseurs non-résidents à l'orignal.

Interventions

- Dans le contexte du développement de la villégiature sur les terres du domaine de l'État, accompagnement assidu du président de l'Association des pourvoiries de l'Abitibi-Témiscamingue dans les dossiers prioritaires à gagner pour les membres à droits non exclusifs en région;
- Soutien aux pourvoiries à droits exclusifs dans la défense de leurs droits en tant que gestionnaires de leur territoire;
- Accompagnement des membres qui vivent des problématiques particulières et relais en continu d'informations sur les programmes aux membres, mais aussi rappel de leurs obligations dont celles qui ont trait à la sécurité de la clientèle;
- Réponse aux différentes demandes d'informations en lien avec l'industrie de la pourvoirie;
- Contribution à la promotion des pourvoiries de la région;
- Soutien clérical à l'APAT.

Représentations

- Table en gestion intégrée des ressources et du territoire de la MRC de Témiscamingue;
- Table en gestion intégrée des ressources et du territoire de la MRC de la Vallée-de-l'Or;
- Table régionale Faune;
- Comité sur les espèces exotiques envahissantes (EEE) du Conseil régional en environnement de l'Abitibi-Témiscamingue (CREAT);
- Table de concertation de l'Organisme du bassin versant du Témiscamingue (OBVT);
- Table de concertation de l'Organisme du bassin versant de l'Abitibi-Jamésie (OBVAJ);
- Comité consultatif de la Réserve faunique La Vérendrye.

5.3 **Plein air**

Accès Plein Air

Création de nouvelles fiches en ligne et bonification de nombreuses fiches existantes par l'ajout de photos, de tracés GPX, d'outils de navigation et d'informations techniques pour un grand total de 152 fiches Accès Plein Air en ligne.

Catégories d'activités ajoutées :

- 1 fiche de parcours de planche à pagaie;
- 2 fiches de parcours de canot en eau vive;
- 1 fiche de parcours de patin.

Planification et repérage

Sorties sur le terrain de collectes de données pour la création de nouvelles fiches de parcours et la bonification de l'information de fiches existantes.

Création et bonification de fiches de parcours

Élaboration des cartes-guides, élaboration des plans de mesure d'urgence et des plans de gestion des risques; création des fiches.

Mise à niveau du site Web et développement de l'application Accès Plein Air

Développement de l'interface du site Web et de la phase 1 de l'application Accès Plein Air.

Traduction du site en anglais

Élaboration de la microsection Accès Plein Air Scolaire

Développement d'une microsection sur le site accespleinair.org dédiée au milieu scolaire ayant pour but de faciliter l'accès des groupes scolaires aux sites de pratique de la région.

Soutien professionnel lié à l'expérience plein air

- Expertise-conseil et accompagnement spécialisé des promoteurs et organismes du secteur dans l'élaboration de projets structurants;
- Promoteurs et organismes accompagnés :
  - Coopérative plein air du Témiscamingue;
  - Forêt récréative (implantation d'une station CAP de location d'équipement nautique);
  - Loisir et Sport Abitibi-Témiscamingue;
  - MRC d'Abitibi-Ouest;
  - Club plein air de Malartic (projet en développement);
  - Parc de la Grotte, Ville de Ville-Marie (projet en développement);
  - Sentier du lac Rouyn;
  - Sentiers de Duhamel-Ouest;
  - Exode bâtisseur d'aventures;
  - Parc national d'Aiguebelle;
  - Raid Aventure Témiscamingue.

Actions et activités marketing

Salon

Participation au Outdoor Show de Toronto.

Tournée de presse

Organisation de la tournée de presse en canot sur la rivière Dumoine avec Géo Plein Air et Paddling Magazine et accompagnement terrain;

Organisation de la tournée de presse avec Filles du Nord, planification d'activités et accompagnement terrain.

Représentation

- Expertise-conseil aux rencontres semestrielles de la table régionale plein air de Loisir et Sport Abitibi-Témiscamingue;
- Expertise-conseil aux rencontres semestrielles de la table d'harmonisation du Parc national d'Aiguebelle;
- Participation à des rencontres virtuelles provinciales en lien avec le développement plein air;
- Participation aux rencontres du Raid Aventure Témiscamingue.

Créneau d'excellence culture-nature

- Organisation des rencontres pour définir la démarche d'implantation du créneau;
- Élaboration d'une planification stratégique quinquennale par la consultante Hélène Phillion;
- Validation, bonification d'informations et suivis des travaux avec un comité de réflexion dédié:
  - Geneviève Béland, présidente, Conseil de la culture A-T
  - Maude Labrecque-Denis, Coordonnatrice du hub Avantage numérique à Rouyn-Noranda
  - Émilie Villeneuve, Directrice du service de la culture, Ville de Rouyn-Noranda
  - Richard Kistabish, Président, Minwashin
  - Caroline Lemire, Directrice générale, Minwashin
  - France Lemire, Consultante en développement de l'offre plein air, Tourisme Abitibi-Témiscamingue
  - Pascale Charlebois, Consultante en médiation culturelle, Tourisme Abitibi-Témiscamingue
  - Ghyslaine Dessureault, Consultante en développement de l'offre pourvoirie, Tourisme Abitibi-Témiscamingue
  - Randa Napky, Directrice générale, Tourisme Abitibi-Témiscamingue

Sollicitation d'appui auprès d'organismes régionaux et nationaux

- Discussions avec les représentants du ministère de l'Économie, l'innovation et de l'énergie (MEIE);
- Préparation de la stratégie et du plan d'action pour dépôt au MEIE en avril 2023.

5.4 Motoneige

- Élaboration de la cartographie des sentiers de motoneige de l'Abitibi-Témiscamingue;
- Gestion et mise à jour des conditions de sentiers de motoneige avec la collaboration des clubs de motoneigistes de la région;
- Création d'une capsule vidéo diffusée sur les ondes de RNC Média et gestion de la campagne de promotion afin d'encourager la prévente de droits d'accès par nos clubs;
- Étroite collaboration sur les enjeux et défis du produit motoneige avec l'administrateur régional de la Fédération des clubs de motoneigistes du Québec (FCMQ);
- Soutenir financièrement les clubs de la région dans la tenue d'évènements et de rencontres;
- Collaboration sur différents dossiers avec l'agent de liaison de la FCMQ;
- Partenariat financier avec la FCMQ pour le développement de la cartographie provinciale des sentiers de motoneige;
- Participation au comité de la cartographie provinciale de la FCMQ et de l'Alliance de l'industrie touristique du Québec.

5.5 Financement

Tourisme Abitibi-Témiscamingue gère deux programmes de subvention pour le compte du ministère du Tourisme, soit l'EPRT et le PSPFE :

ENTENTE DE PARTENARIAT RÉGIONAL EN TOURISME (EPRT)

9
projets soutenus

578 500 $
Soutien accordé

2 500 000 $
Valeur totale des projets en lien avec le développement

PROGRAMME DE SOUTIEN À LA PROMOTION DES FESTIVALS ET DES ÉVÈNEMENTS (PSPFE)

Accueil de journalistes et d'influenceurs

2
projets soutenus

10 500 $
Soutien accordé

18 000 $
Valeur totale des projets

Implication, représentation de TAT sur différentes tribunes

Tourisme Abitibi-Témiscamingue siège ou participe à plusieurs comités et tables de concertation tant sur le plan régional que national.

Tables relevant de Tourisme Abitibi-Témiscamingue

- Table des intervenants privilégiés;
- Comité de gestion de la taxe spécifique sur l'hébergement, volet pourvoirie;
- Comité de gestion de la taxe spécifique sur l'hébergement, volet hôtellerie.

Conseil d'administration et comités auxquels participe Tourisme Abitibi-Témiscamingue

- Conseil d'administration de l'Alliance de l'industrie touristique du Québec (AITQ);
- Conférence des directeurs généraux;
- Table des directeurs marketing de l'AITQ;
- Table de développement de l'AITQ;
- Comité provincial en ressources humaines;
- Table des responsables du guide touristique de l'AITQ;
- Table des responsables du réseau d'accueil;
- Groupe faune régional;
- Table d'harmonisation du parc national d'Aiguebelle;
- Table d'harmonisation du parc national d'Opémican;
- Table régionale plein air de Loisir et Sport Abitibi-Témiscamingue;
- Conseil d'administration de l'Association des clubs de motoneige de l'Abitibi-Témiscamingue (ACMAT);
- Conseil d'administration de l'Association des pourvoiries de l'Abitibi-Témiscamingue (APAT);
- Collectif motoneige (AITQ);
- Table des délégués commerciaux (AITQ);
- Table des responsables de relations de presse (AITQ);
- Table des responsables des communications (AITQ);
- Conseil d'administration de l'Association des réceptifs et forfaitistes du Québec (ARF);
- Tables expériences (Chasse et pêche).

Accueil, renseignements et statistiques

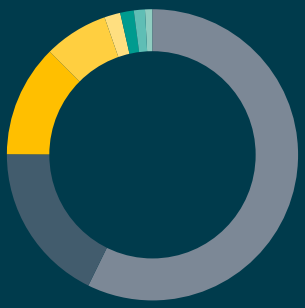
6. Statistiques des lieux d'accueil touristiques

Le réseau des lieux d'accueil a répondu aux questions de près de 12 650 personnes au cours de l'été 2022, une baisse de 8 % par rapport à 2021. Ces résultats sont très comparables à l'an 2021 et on note un retour à un achalandage s'apparentant à celui de 2019, soit avant la pandémie. Voici quelques données statistiques :

Provenance de visiteurs par marché / pays

- Province du Québec : 92 %
- Hors Québec : 5 %

Détail des provenances hors Québec

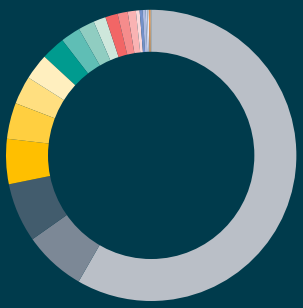


- Ontario : 4,18 %
- Canada (autres) : 1,30 %
- France : 0,91 %
- États-Unis : 0,52 %
- Maritimes : 0,13 %
- Royaume-Uni : 0,11 %
- Suisse : 0,09 %
- France métropolitaine : 0,06 %

Provenance par région touristique

- Abitibi-Témiscamingue 58.32 %
- Autres régions : 34 %

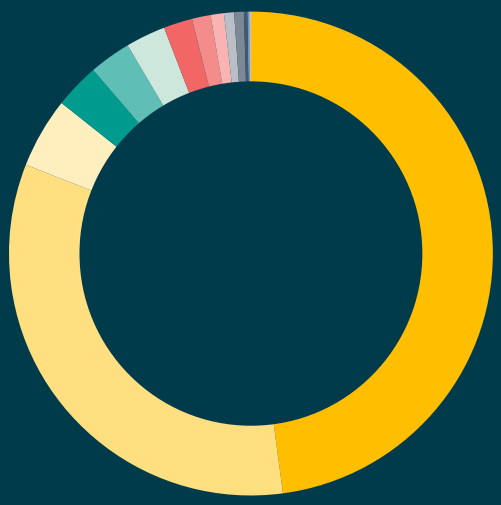
Détail des provenances par région touristique



- Abitibi-Témiscamingue : 58,32 %
- Montérégie : 6,91 %
- Laurentides : 6,58 %
- Montréal : 5,01 %
- Québec : 4,00 %
- Outaouais : 3,14 %
- Baie-James : 2,88 %
- Cantons-de-l'Est : 2,67 %
- Lanaudière : 2,20 %
- Chaudière-Appalaches : 1,80 %
- Laval : 1,38 %
- Mauricie : 1,38 %
- Centre-du-Québec : 1,12 %
- Saguenay–Lac-Saint-Jean: 0,91 %
- Bas-Saint-Laurent : 0,42 %
- Eeyou Istchee : 0,33 %
- Gaspésie : 0,33 %
- Charlevoix : 0,19 %
- Manicouagan : 0,16 %
- Duplessis : 0,12 %
- Îles-de-la-Madeleine : 0,09 %
- Nunavik : 0,05 %

But de la visite par visiteur

Bureau(x) : Amos, La Sarre, Notre-Dame-du-Nord, Rouyn-Noranda, Senneterre, Témiscaming, Val-d'Or
Canal : Tous
Période : 2022-06-18 au 2022-09-07



Total des visiteurs

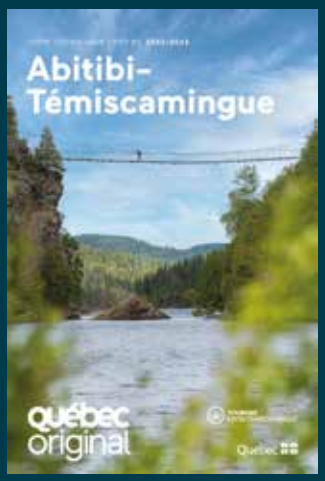
8 337

	Total	%
Vacances	3 992	47,88
Autre	2 759	33,09
Parents/amis	393	4,71
Parents/amis	251	3,01
Magasinage	233	2,79
Chasse/Pêche	223	2,67
Festivals et événements	160	1,92
Affaires/congrès	104	1,25
Affaires/congrès	74	0,89
Événements sportifs	56	0,67
Festival et événement	54	0,65
Soins de santé	18	0,22
Événement sportif	11	0,13
Chasse/pêche	9	0,11
Total	**8 337**	**100**

Taux d'occupation des établissements d'hébergement

Juin	Juillet	Août	Septembre
64,9 %	68,4 %	70,3 %	83,5 %

6.1 Guide touristique officiel



Le guide touristique 2022-2023 a été produit et imprimé en 70 000 exemplaires en version française et anglaise.

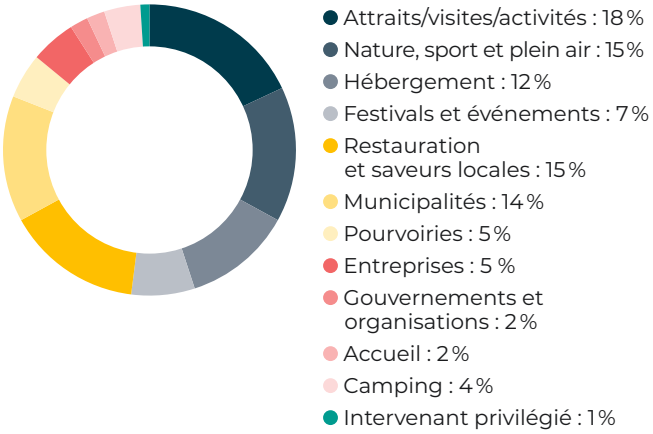
Les membres ont pu inscrire leur entreprise touristique dans l'outil le plus utilisé par les visiteurs à destination de notre région. Cet outil est largement apprécié de la clientèle et constitue la référence par excellence.

Une version électronique était également disponible. Le guide touristique a été distribué dans tous les établissements d'hébergement, les campings, les pourvoiries et les attraits touristiques de la région membres de Tourisme Abitibi-Témiscamingue. Une distribution a également été effectuée dans tout le réseau de lieux d'accueil du Québec, dans les publisacs de Gatineau et dans certains secteurs du nord-est ontarien.

6.2 Membership

Répartition des adhésions par secteur / 438 membres

Répartition des adhésions par catégories



Promotion et marketing

7. Campagne marketing

L'équipe de Tourisme Abitibi-Témiscamingue travaille à la promotion et à la commercialisation de la destination de concert avec l'Alliance de l'industrie touristique du Québec, Développement économique Canada et Destination Canada.

Marchés

Abitibi-Témiscamingue, Québec, Ontario, France et le Nord-Est des États-Unis

Stratégie marketing

INSPIRER

MOTIVER

OUTILLER

Mettre de l'avant la nature abondante et généreuse de la région

Promouvoir les aventures en nature

Encourager les virées en voiture en Abitibi-Témiscamingue

Accompagner les touristes dans la planification de leurs vacances

7.1 **Campagne estivale en chiffres**

Mai à septembre 2022

Site Web

29 %
162 000 sessions

28,5 %
Nouveaux utilisateurs

294 000
Pages consultées

22 %
101 952 vues
de fiches membres

19 %
11 696 prises de contact

40 %
Durée de session (moyenne 1:21)

15 %
15 867 sessions
provenant de Facebook

282 000
Pages vues provenant de Facebook

Médias sociaux

146 publications
Couverture
1 658 316 — 84 %

78 publications
Couverture
41 802 — 72 %

BLOGUE
78 articles parus
23 465 pages vues
22 %

Placements Web

6 165 477
impressions

59 %
46 597 clics

54 500
visionnements
sur les vidéos

Influenceurs

5
tournées d'influenceurs
fournissant publications
et stories

239 775
impressions

3
articles
de blogue

Placements Facebook

1 453 895
de portée ↑ 550 %
2 397 169 impressions
↑ 320 %

Infolettres

36 000 envois
Taux d'ouverture
24 % ↑ 18 %
Taux de clics 2,4 % ↑ 45 %

Relations de presse

9
tournées

Plus d'une
VINGTAINE
de collaborations

Couverture des
cinq territoires MRC

Mention des entreprises membres de l'ATR à la télévision, à la radio, dans les journaux, publications ou site Web

Placements imprimés

20 000
copies du Carnet
du voyageur

20 000
copies de
la Carte des
coups de cœur

70 000
copies du Guide
touristique
officiel

Plusieurs partenariats et placements

RNC Media
L'Indice Bohémien
Radio Énergie
La Presse +

Salut Bonjour + avec
chroniqueur sur place
Événement Attraction
Québec

Au Queb
ICI Radio-Canada
Passeport vacances
Québecor (télé et Web)

Quoi faire au Québec?
www.QuebecVacances.com

7.2 Campagne hivernale en chiffres

1er novembre 2022 au 31 mars 2023

Site Web

** Nous observons une hausse inhabituelle en raison de la campagne promotionnelle d'Attractivité qui se déroulait au même moment.*

237 000
sessions

449 160
pages vues

Placements Web - Agence WINK

3 824 930
impressions

19 540
clics

Vidéo de campagne

519 018
impressions

331 814
vues

Partenariats et placements

FCMQ – infolettre

Plus de 110 000 abonnés (FR-ENG)
56 % taux d'ouverture moyen
10 % taux de clics moyen

RNC MÉDIA - Chronique touristique

Rediffusion sur notre chaine Youtube
12 000 impressions
1705 vues

Placements Web - Partenaires

AITQ – BONJOUR QUÉBEC
CAMPAGNE MOTONEIGE
(Ontario et Nord-Est des États-Unis)

31 351 313 impressions
2 711 938 vues
36 378 visites qualifiées

Publications partenaire
médias sociaux Bonjour Québec :

8 654 engagements
200 644 impressions
36 378 couvertures

AITQ – BONJOUR QUÉBEC
AVENTURE EN NATURE
(Ontario et Nord-Est des États-Unis)

1 253 467 impressions
198 992 vues
8 213 visites qualifiées

NATIONAL GEOGRAPHIC

289 162 distributions

PARTENARIAT SUPERTRAX

Infolettres

11 706 ouvertures
318 clics

Social

17 700 de portée
317 engagements

PARTENARIAT YAHOO!
Programmatique

6 380 visites qualifiées

PARTENARIAT BACKPACKER

19 899 pages vues
907 clics sur les liens

Bannières

98 124 impressions

Infolettres et courriels

64 766 ouvertures
306 clics

Social

7 523 engagements
6 481 clics
394 504 portée

Salons

2
Salons

Toronto International Snowmobile ATV & Powersports Show
Grand Salon de la motoneige et du quad de Québec

Placements imprimés

255 000
copies du Motoneige Québec et Supertrax Canada et US

20 000
copies de la carte motoneige

12 000
copies du dépliant forfaits

Infolettres TAT

6
infolettres (FR-ENG)

19 700
envois

35 %
taux d'ouverture moyen

4 %
taux de clics moyen

Tournée

THE INTREPID SNOWMOBILER
La tournée s'est déroulée du 11 au 14 mars 2023, l'équipe a fait un itinéraire parcourant les 5 MRC.

Notes additionnelles sur la campagne

Nous observons une augmentation du taux d'occupation moyen de 13,2% par rapport à l'année passée.

7.3 Campagne pourvoirie

Bilan pourvoirie 2022

Tourisme Abitibi-Témiscamingue inclut la promotion de la pourvoirie et la villégiature dans sa campagne estivale. Les produits de pêche et de location de chalet sont d'intérêt important pour les consommateurs qui viennent en Abitibi-Témiscamingue.

Parmi ces actions de promotions, nous retrouvons :

Adhésion FPQ

- Positionnement régional - Guide de la pourvoirie du Québec;
- Le guide recense plus de 330 destinations de chasse, pêche et villégiature.

Infolettres dédiées

- 41 000 abonnés

Publications Facebook

- 22 000 abonnés

Promotion - Concours Pourvoiries

- Nos derniers efforts nous ont permis d'inclure plus 14 000 noms dans notre base de données.
- Les consommateurs qui s'y retrouvent acceptent de recevoir les nouvelles, des suggestions et, surtout, des offres de forfaits des pourvoiries de l'Abitibi-Témiscamingue.
- Ces courriels ont été récoltés par une campagne sur les médias sociaux.

Vidéos et photos

- Participation à l'émission Hooké & FPQ
  Tournage été 2022
  Diffusion – Notoriété - 2023
- Tournage New Outdoors tournage été 2022
  Diffusion – Notoriété - 2023
- Chaque année, nous participons à certaines émissions de télévision. Ces occasions nous permettent d'être vus et connus dans le réseau de la pêche, mais surtout, elles nous permettent d'ajouter de nouvelles images à notre banque vidéo.

7.4 Professionnels du voyage

Bourses et missions

- Rendez-vous Canada Toronto : 47 voyagistes rencontrés, principalement pour les marchés suivants : Canada, France, Belgique et Allemagne;
- Bienvenue Québec Montréal : 38 rendez-vous, principalement avec les voyagistes québécois et les réceptifs;
- Événements Bonjour Québec Europe francophone : plus de 150 professionnels (médias et pros) rencontrés en France et en Belgique.

Tournées de familiarisation

- Famtour Alliance – Tours Opérateurs France : 6 compagnies reçues + 1 personne du Bureau Destination Québec Europe francophone;
- Famtour Alliance – Réceptifs Canada : 3 compagnies reçues + déléguée marché Canada de l'Alliance;
- Famtour ALTAI Canada Tours (Agence réceptive) : directeur de production + directrice des ventes.

Formations virtuelles aux agences

- 4 formations virtuelles;
- 11 professionnels formés;
- plus de 70 membres de la FADOQ touchés.

Route des Explorateurs

- Étude Léger intérêt/notoriété sur les marchés nord-est USA et Ontario;
- Article de 34 pages dans le magazine Direction Canada (France).

Maintien de l'implication auprès du réseau de distribution

- ARF Québec : Participation active au sein du conseil d'administration de l'Association des réceptifs et forfaitistes du Québec;
- Participation au Congrès de l'ARF Québec.

TOURISME ABITIBI·TÉMISCAMINGUE