

2023 Rapport annuel 2024



TOURISME ABITIBI-TÉMISCAMINGUE

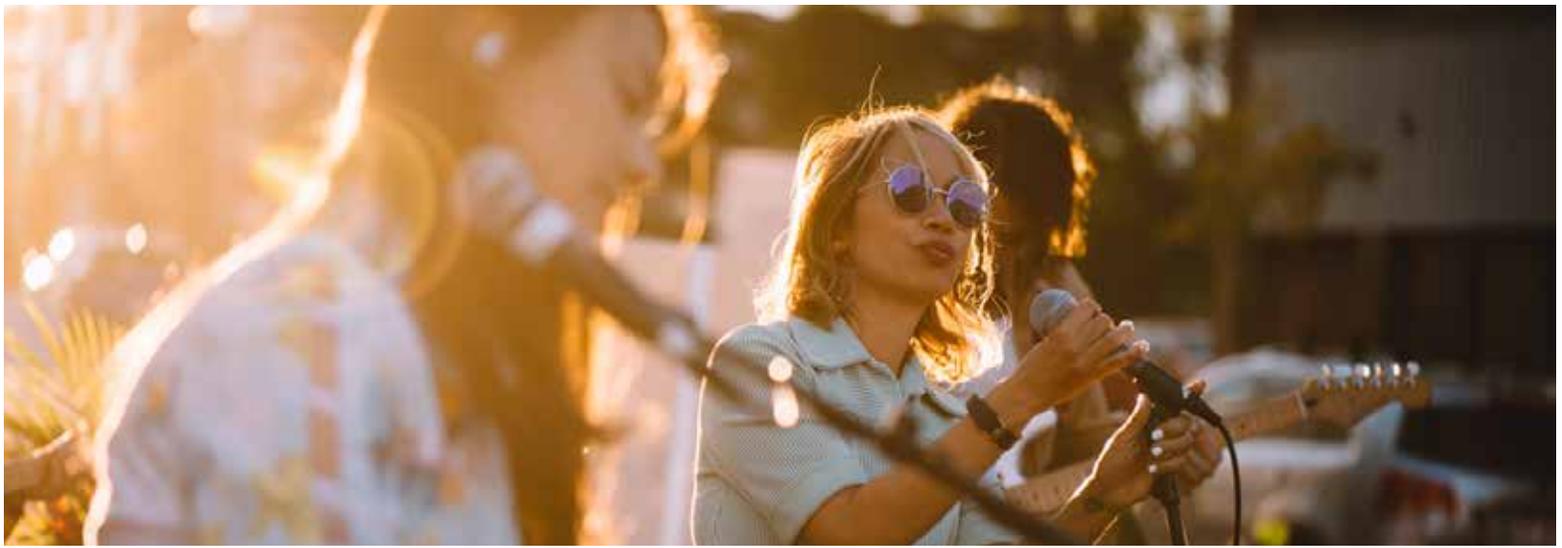


Photo de la couverture : Stephan Savard
Photos : Louis Jalbert, Hugo Lacroix, Christian Leduc,
On Snow Magazine, Andrée-Anne Mainville, Le Tipi.
Une expérience immersive signée Moment Factory.

Table des matières

Aperçu

1. Mot du président	04
2. Les membres du conseil d'administration	05
3. Le personnel et les collaborateurs	06
4. Vision, mission, valeurs	07

Concertation et développement

5.1 Démarche de concertation avec le Centre d'excellence des destinations (CED)	08
5.2 Tourisme durable et responsable	09
5.3 Tourisme culturel	09
5.4 Plein air	09
5.5 Pourvoiries	10
5.6 Motoneige	11
5.7 Financement	11
5.8 Implications, représentation de l'ATR sur différentes tribunes	12

Accueil, renseignements et statistiques

6.1 Statistiques des lieux d'accueil touristiques	13
6.2 Guide touristique officiel	14
6.3 Membership	15

Promotion et marketing

7.1 Campagne estivale	16
7.2 Campagne hivernale	18
7.3 Campagne pourvoirie	20
7.4 Plateformes numériques	21
7.5 Professionnels du voyage/Réseau de distribution	23



Émilien Larochelle
Président du conseil d'administration

1. Mot du président

Chers membres,

C'est avec une grande fierté et de l'enthousiasme que je vous adresse ce message aujourd'hui, à la suite d'une année marquée par des transformations importantes et des initiatives novatrices.

Le leadership repose sur une écoute active et sur la capacité à poser les bonnes questions. L'initiative du SMED (Système de mesures pour l'excellence des destinations), lancée l'année dernière, en est une preuve éclatante. Ce succès témoigne des capacités de notre organisation à faire preuve de leadership et d'innovation. De cette grande concertation ont émergé trois piliers clés : nourrir le bonheur des collectivités locales, assurer le respect de la biodiversité et générer des bénéfices socioéconomiques pour l'Abitibi-Témiscamingue.

Cette approche ascendante marque un tournant décisif pour notre organisation. En effet, le 30 octobre dernier, nous avons franchi un virage à 180 degrés en déposant une planification stratégique qui s'appuie sur les besoins exprimés par nos 5 MRC et non sur nos directives pour définir les orientations de notre développement touristique régional. Ce nouveau modèle présente de nombreux bénéfices :

- Profiter de la connaissance approfondie des acteurs de chaque destination à l'échelle des MRC;
- Fédérer les acteurs locaux en reconnaissant les défis, les enjeux et les spécificités de chacun des territoires;
- Coordonner les efforts;
- Éviter les doublons;
- Développer de façon plus équilibrée;
- Renforcer la gouvernance touristique.

Je vois l'année 2024-2025 avec un optimisme que j'espère partagé par vous tous. En Abitibi-Témiscamingue nous n'avons pas de problèmes, seulement des défis auxquels nous devons nous attaquer, tous ensemble. La concertation devient donc un incontournable pour dynamiser notre région et faire rayonner sa couleur si unique. En ce sens, pour la prochaine année, nous allons maintenir cette dynamique d'innovation en intervenant sur l'offre touristique régionale tout en répondant aux besoins et spécificités de chacune des 5 MRC tout en poursuivant notre mission de leur offrir les ressources nécessaires pour qu'elles atteignent leurs objectifs de développement touristique.

Entretemps, je vous invite à consulter notre rapport annuel. Il présente en détail les réalisations de notre équipe au cours de la dernière année. J'en profite pour remercier le conseil d'administration ainsi que l'ensemble des membres du personnel de Tourisme Abitibi-Témiscamingue. Votre engagement et votre collaboration sont des gages de succès dans la poursuite de nos objectifs. Ensemble, nous construisons un avenir prometteur pour l'Abitibi-Témiscamingue.

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



Frédéric Bilodeau
délégué MRC
de Rouyn-Noranda



Chantal Brunelle
Déléguée Tourisme
Amos-Harricana



Jean-Pier Frigon
Représentant hôtelier



Yves Bouthillette
Représentant pourvoirie



Sylvain Blais
Observateur

3. Le personnel et les collaborateurs

LE PERSONNEL



Randa Napky
Directrice générale



Martin Poitras
Directeur marketing



Julie Régimbald
Directrice des finances et administration



Guillaume Travert
Directeur du développement de la destination



Josée Ricard
Chargée de projets et programmes de financement



Josée-Ann Bettey
Chargée de projet en transition durable



Nancy Leblond
Coordonnatrice marketing et service aux membres



Hélène Lessard
Technicienne comptable



Mélinda Théberge
Gestionnaire des outils web



Stéphanie Brousseau
Chargée de projet marketing



Audrey-Anne Gauthier
Conseillère marketing et relations de presse



Claudine Gagné
Responsable création contenu numérique



Kary-Ann Taché
Adjointe à la direction



Stéphanie Cloutier
Designer graphique



Virgil H. Laferté
Vidéaste

COLLABORATRICE



Ghyslaine Dessureault
Consultante en développement de l'offre pourvoirie

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



5. Concertation et développement

L'année 2023 a connu un changement important au niveau du développement avec la création d'un nouveau poste de directeur du développement de la destination. Son principal mandat fut de travailler avec le Centre d'excellence des destinations (CED) à la mise en œuvre du nouveau système de mesure de l'excellence des destinations (SMED) régional et l'accompagnement des SMED locaux.

Nous avons misé sur la structuration de l'offre touristique en faisant appel à des ressources spécialisées en divers secteurs : développement durable, chasse et pêche, services aux membres et programmes de financement.

Nous avons également réalisé des partenariats ou entamé des discussions avec les organisations suivantes :

- Loisir et sport Abitibi-Témiscamingue (LSAT)
- Conseil de la culture de l'Abitibi-Témiscamingue (CCAT)
- Culture pour tous
- Conseil régional de l'environnement de l'Abitibi-Témiscamingue (CREAT)
- Association des pourvoiries de l'Abitibi-Témiscamingue (APAT)
- Université du Québec en Abitibi-Témiscamingue (UQAT)
- Centre d'excellence des destinations (CED)
- Cités et gouvernements locaux unis (CGLU)

5.1 Démarche de concertation avec le Centre d'excellence des destinations (CED)

Au printemps 2023, Tourisme Abitibi-Témiscamingue (TAT) et ses partenaires organismes de gouvernance de destination (OGD) dans les 5 MRC ont tous instauré un système de mesure de l'excellence des destinations, soit 5 SMED LAB locaux et un SMED régional.

La volonté de TAT était d'inverser la pyramide en permettant à chaque OGD d'établir ses recommandations locales afin, par la suite, d'en tenir compte pour créer la planification stratégique de destination pour la région, laquelle fut remise au ministère du Tourisme (MTO) à l'automne 2023.

De plus, les besoins communs aux 5 territoires ont été identifiés et un projet de mutualisation des ressources a été entamé afin de permettre aux 5 OGD et à TAT de réaliser les recommandations des différents SMED.

Pour la première fois dans l'histoire du développement touristique régional, tous les territoires de la région et TAT ont une vision commune et partagée du développement.



5.2 Tourisme durable et responsable

C'est au cours de l'année 2023-2024 que nous avons commencé les travaux en tourisme durable et responsable (TRD). Nous avons engagé une ressource dédiée au TRD à l'automne afin de travailler à l'intégration du TRD dans la planification stratégique de destination remise au MTO à la fin 2023.

Nous avons participé au Parcours DD en tourisme de l'Alliance de l'industrie touristique du Québec incluant 14 capsules de formation sur différents sujets reliés au TRD tels que la biodiversité ou l'adaptation aux changements climatiques.

En réponse aux feux de forêt qui ont frappé à l'été 2023, TAT a élaboré un Guide de préparation en cas de feux de forêt. Ce guide a pour vocation d'accompagner nos membres avant, pendant et après de potentiels incendies de forêt.

Représentations :

- CA CREAT
- Table de développement durable de l'Alliance
- Membre de Tourisme durable Québec

5.3 Tourisme culturel

Territoire leader – Cité et gouvernements locaux unis (CGLU)

Accompagnement de CGLU pour entamer une réflexion sur une nouvelle démarche de tourisme créatif :

- Participation à un voyage d'étude au Portugal pour le projet Creatour.
- Rédaction d'un rapport d'étude avec recommandations de CGLU.

Participation au Sommet international de la culture de CGLU en compagnie de la nouvelle directrice générale du Conseil de la culture de l'Abitibi-Témiscamingue, madame Maude Guy.

Rencontre d'idéation sur le tourisme créatif et la médiation culturelle avec Michel Vallée, directeur général de Culture pour tous, et Maude Guy du CCAT.

5.4 Plein Air

Accès Plein Air (APA)

Développement d'une microsection sur le site [accespleinair.org](https://www.accespleinair.org) dédiée au milieu scolaire afin de faciliter l'accès des groupes scolaires aux sites de pratique de la région.

Nous avons entamé des discussions avec la Coop de l'Arrière-pays pour générer le contenu des fiches APA et continuer à développer l'outil.

Loisir et Sport AT : projet Circonflexe

TAT est partenaire de Loisir et sport Abitibi-Témiscamingue dans la mise en œuvre du projet Circonflexe. Ce projet lancé par le ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport (MELS) a pour objectif de rendre disponibles des équipements de sport et de plein air gratuitement aux citoyens et aux visiteurs.

TAT siège sur le comité consultatif régional Circonflexe et nous collaborons au niveau de la promotion de Circonflexe via l'intégration à Accès Plein Air.

Créneau nature-culture

Notre demande de créneau d'Excellence en tourisme Accord a été refusée par le gouvernement, car celui-ci a choisi d'abolir les créneaux d'excellence en tourisme à l'échelle de la province.

Le plan d'action créé pour accompagner la demande fera partie du projet de mutualisation des ressources faisant suite aux travaux du SMED.

Représentations :

- Table d'harmonisation du parc national d'Aiguebelle
- Table d'harmonisation du parc national d'Opémican
- Membre d'Aventure Écotourisme Québec



5.5 Pourvoiries

Une saison marquée par les feux de forêt :

Alors que la saison débute à peine, les feux détruisent deux pourvoiries : la pourvoirie Wetetnagami à l'est de Senneterre et l'Auberge du lac Matchi-Manitou sur le lac du même nom. Le 5 juin 2023, l'accès à la forêt est interdit partout en région. Sauf exception, les pourvoiries se voient contraintes de fermer leurs portes à la clientèle. Le 12 juin, encore 36 pourvoiries fermées et le 12 juillet, ce sont 5 pourvoiries qui sont encore interdites d'accès. Il aura fallu attendre le 17 juillet 2023 pour une ouverture complète de nos pourvoiries.

Avec une perte de revenus évaluée à 2,1 M\$ pour les pourvoiries de l'Abitibi-Témiscamingue, plusieurs actions ont été mises en œuvre pour obtenir une aide gouvernementale avec une partie non remboursable. Ce sont les pourvoiries situées sur le territoire de la MRC de la Vallée-de-l'Or (MRCVO) qui ont été les plus éprouvées par la situation des feux de forêt.

La planification de récolte des superficies de bois brûlé dans les 3 unités d'aménagement forestier de la MRCVO correspond à ce qui est habituellement planifié pour toute la région pour une période de 1 an.

Une coordination déficiente sur le plan des communications et l'incohérence des messages accentueront l'inquiétude parmi le monde de la pourvoirie pendant toute la durée des feux.



Faits saillants :

- Soutenir les pourvoyeurs en ce début de saison difficile : en collaboration avec la Fédération des pourvoiries du Québec (FPQ), rechercher et diffuser aux pourvoiries le maximum d'informations pour les tenir informées de l'évolution de la situation des feux.
- Encourager la relance de notre réseau pourvoiries et soutenir un développement durable et équitable du territoire:
 - ▶ Diffuser l'information sur les programmes d'aide offerts;
 - ▶ Rencontrer 6 gestionnaires de pourvoirie sur les lieux de leur entreprise en compagnie de la FPQ;
 - ▶ Soutenir les pourvoiries à droits non exclusifs pour 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;
 - ▶ Œuvrer à la protection de la biodiversité et des écosystèmes forestiers : aires protégées, restauration d'écosystèmes dégradés, contrôle des espèces exotiques envahissantes, aménagement forestier durable, pratique écoresponsable des activités de chasse et de pêche, consultation de la Table régionale sur l'avenir de la forêt.
- Collaborer à la conservation et à la mise en valeur de la ressource faunique :
 - ▶ Chasse à l'ours noir par des non-résidents en pourvoirie;
 - ▶ Consultation sur le Plan de gestion de l'original 2026.

Représentations :

- Table de gestion intégrée des ressources et du territoire (GIRT) de la MRC de Témiscamingue;
- Table GIRT de la MRC de la Vallée-de-l'Or;
- Table régionale Faune;
- Comité sur les espèces exotiques envahissantes (EEE) du 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 (OBVA);
- Comité consultatif de la Réserve faunique La Vérendrye (RFLV), dont une rencontre entre les pourvoyeurs opérant dans la RFLV et la SÉPAQ.



5.6 Motoneige

- Élaboration de la carte 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).
- Soutien financier des clubs de la région dans la tenue d'évènements et de rencontres de ceux-ci.
- 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

5.7 Financement

Tourisme Abitibi-Témiscamingue gère 2 programmes de subventions pour le compte du ministère du Tourisme, soit l'Entente de partenariat régional et de transformation numérique en tourisme 2022-2025 (EPRTNT) et le Programme de soutien à la promotion des festivals et des évènements (PSPFE). Ces programmes sont soutenus financièrement (en partie pour l'EPRTNT et à 100 % pour le PSPFE) par la taxe sur l'hébergement (TSH).

Entente de partenariat régional et de transformation numérique en tourisme 2022-2025

22	902 325 \$	3 600 000 \$
projets soutenus	soutien accordé	valeur totale des projets en lien avec le développement

Programme de soutien à la promotion des festivals et des évènements

2	30 000 \$	500\$
projets soutenus	soutien accordé	valeur totale des projets

5.8. Implication, représentation de l'Association touristique régionale (ATR) sur différentes tribunes

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

Tables relevant de Tourisme Abitibi-Témiscamingue

- Table des intervenants privilégiés
- Comité de gestion de la taxe spécifique sur l'hébergement, pourvoirie
- Comité de gestion de la taxe spécifique sur l'hébergement, hôtellerie
- Comité transport aérien :
 - Le conseil d'administration de TAT a décidé, lors de la réunion du 26 avril 2023, de constituer un comité chargé d'améliorer l'accès aérien à la région de l'Abitibi-Témiscamingue. Sous la présidence de M. Jean-Claude Loranger, ce comité a collaboré étroitement avec les chambres de commerce de la région et Mme Nathalie Tousignant, présidente et consultante chez OCTANT Aviation, afin de soumettre une demande de financement au Fonds régions et ruralité (FRR). Ce financement est destiné à la réalisation d'une étude sur les impacts socioéconomiques de la desserte aérienne dans la région. À ce jour, le comité est toujours dans l'attente d'une réponse du ministère des Affaires municipales et de l'Habitation.

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'Aigubelle
- 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)
- Table des responsables des réseaux d'accueil régionaux (MTO)
- Conseil d'administration de l'Association des réceptifs et forfaitistes du Québec (ARF)
- Tables expériences (chasse et pêche)
- Conseil d'administration de la Fédération des chambres de commerce du Québec (FCCQ)
- Comité ressources humaines de la FCCQ
- Comité de la planification stratégique de la FCCQ
- Comité tourisme de la FCCQ



6. Accueil, renseignements et statistiques

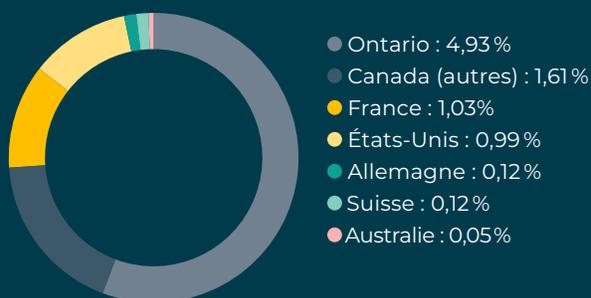
6.1 Statistiques des lieux d'accueil touristiques

Le réseau des lieux d'accueil a répondu aux questions de près de 5936 personnes au cours de l'été 2023, une baisse de 47 % par rapport à 2022. Cette baisse significative est due principalement aux feux de forêt qui ont sévi à l'été 2023. Ceux-ci ont entraîné la fermeture des accès aux autres régions ainsi que la fermeture de la plupart des lieux d'accueil en Abitibi-Témiscamingue.

Provenance de visiteurs par marché/pays



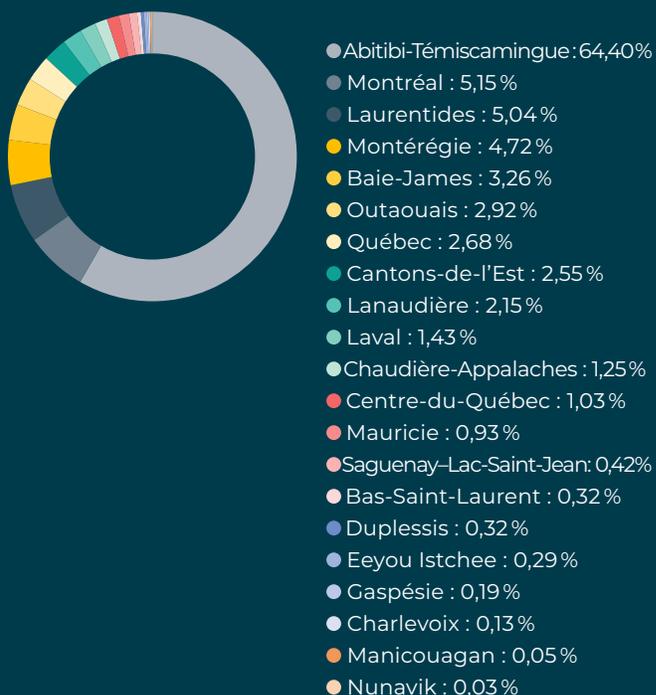
Détail des provenances hors Québec



Provenance par région touristique

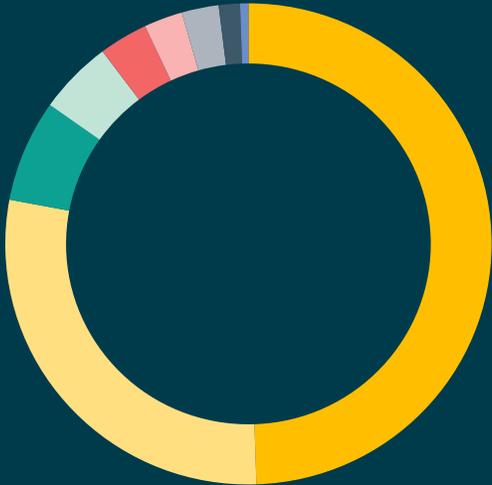


Détail des provenances par région touristique



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 : 2023-06-18 au 2023-09-09



Total des visiteurs

5 444

	Total	%
● Vacances	2 693	49,47
● Autre	1 550	28,47
● Parents/amis	373	6,85
● Chasse/Pêche	270	4,96
● Festivals et événements	177	3,25
● Magasinage	140	2,57
● Affaires/congrès	134	2,46
● Événement sportif	77	1,41
● Soins de santé	30	0,55
Total	5 444	100

Taux d'occupation des établissements d'hébergement

En 2023, le taux d'occupation des établissements d'hébergement a atteint 66,8 %, une hausse de 1,4 % par rapport à 2022. Il s'agit du taux le plus élevé enregistré dans la région depuis 1996, et le deuxième plus élevé des 20 régions touristiques en 2023.

Juin

66,8%

Juillet

72,3%

Août

72,3%

Septembre

69,3%

6.2 Guide touristique officiel

Le guide touristique 2023-2024 a été produit et imprimé en 60 000 exemplaires en version bilingue.

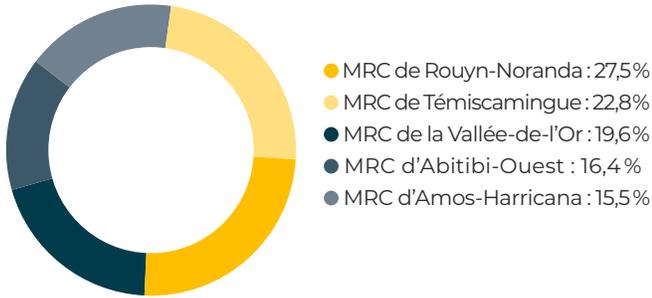
Les membres ont pu inscrire leur entreprise touristique dans l'outil le plus utilisé par les visiteurs à destination de notre région. Cet outil est largement apprécié de la clientèle et constitue la référence par excellence.

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 ainsi que dans tout le réseau de lieux d'accueil du Québec et dans certains secteurs du nord-est ontarien.

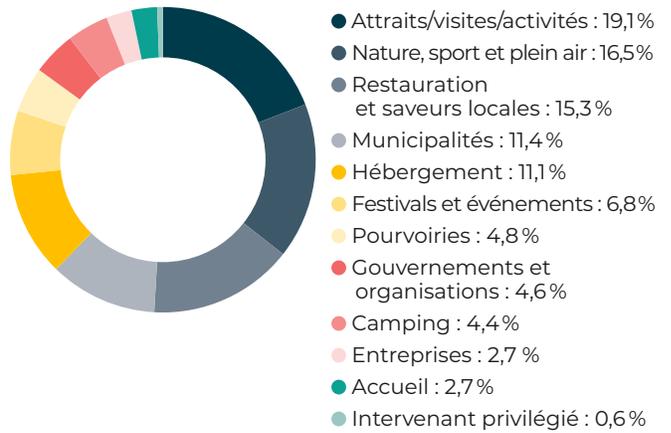


6.3 Membership

Répartition des adhésions par secteur / 413 membres



Répartition des adhésions par catégories



7. Promotion et marketing

7.1 Campagne estivale en chiffres

Avril à septembre 2023

Site Web

7,9 %

236 000 sessions

65 000

sessions provenant de publicités Facebook

189 000

nouveaux utilisateurs

107 %

33000 sessions provenant de Facebook organique

51 730

vues de fiche membres

322 000

pages vues

Placements Web

37 % 8 438 593

impressions

6168

prises de contact membres

2 % 45 531

clics

355 607

visionnements sur les vidéos

Placements AITQ – Bonjour Québec

AFAR

3 556 impressions
2 341 pages vues
1 011 clics
Temps passé : 4 min 9 s
76 745 de portée

YAHOO!

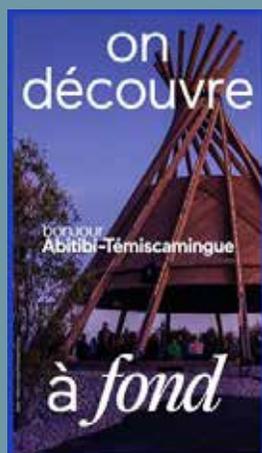
Impressions 1 025 192
1 158 visites qualifiées

SALUT BONJOUR

1 086 667 impressions
8 761 pages vues
4 277 clics
CTR : 0,39 %
8 348 de portée
Temps passé : 6 min 18 s

AFFICHAGE EN ABRIBUS

100 000 insertions



Placements Facebook (membres)

616 578
de portée

2 493 396
impressions

Concours «Des vacances à ton rythme»

5435
pages vues

233
participants

Youtube

359 000
vues sur les vidéos

2000
heures de visionnement

Infolettres

68 000
envois

21%
Taux d'ouverture
de 29 %

45%
Taux de clics
de 1,3 %

Placements imprimés

60 000
copies guide
touristique officiel

Publireportages

Vélo Mag

Géo
Plein air

Paddling
magazine

La
Presse+

Partenariats et placements

Arsenal – Chronique Quoi faire en région
RNC Media – Capsule touristique
L'Indice bohémien

Radio Énergie
La Presse +
Bell média

ICI Radio-Canada (télé et Web)
Passeport vacances
Événements Attractions Québec



7.2 Campagne hivernale

Site Web

*Résultats très similaires à ceux de l'an dernier

86 000 sessions
139 000 pages vues
1 498 conversions sur fiches membres

Youtube

131 % 823 774 vues de vidéos

Infolettres TAT

2 infolettres (FR-ENG)
6 690 envois
27,5 % taux d'ouverture moyen
5,67 % taux de clics moyen

Placements Web - Agence WINK

FACEBOOK

3 135 935 impressions (+58,5 %) avec un investissement de 14 100 \$ contre 7 570 \$ en 2023

80 804 clics (+506 %)

2,58 % de taux de clic moyen (+285 %)

GOOGLE ADS (DISPLAY)

1 699 284 impressions (-2 %) avec un investissement de 7 700 \$ contre 3 750 \$ en 2023

8 322 clics (+40 %)

0,49 % de taux de clic moyen (+44 %)

GOOGLE DISPLAY (VIDÉO DE CAMPAGNE)

400 663 impressions (-23 %) avec un investissement de 3 500 \$ contre 4 100 \$ en 2023

269 442 vues (-19 %)

GOOGLE SEARCH

3075 impressions

251 clics

Les campagnes *Motoneige* et *Attractivité* sont en compétition et l'*Attractivité* est priorisée par l'algorithme.

Distribution

CARTE MOTONEIGE

20 000 copies distribuées

DÉPLIANT FORFAITS

12 000 copies distribuées

Placements imprimés

MOTONEIGE QUÉBEC

87 000 copies distribuées de chaque édition (2 parutions)

SUPERTRAX CANADA / US

168 000 copies distribuées

ONSNOW MAG

42 000 copies distribuées

Placements web

FCMQ

Infolettre dédiée
169 601 abonnés
45 % taux d'ouverture
9 % taux de clics

FCMQ

Infolettre – Publicité
Spécial Destination (FR-ENG)
169 601 abonnés
46 % taux d'ouverture
516 clics

FCMQ

Site Web
Publicité Bigbox
1000 impressions

ONSNOW MAG

Site Web
Publicité Bigbox
3 mois

Partenariat RNC Média

4 capsules touristiques
Diffusion sur RNC et mise en ligne sur notre chaîne Youtube

2 salons consommateurs

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

Campagne Motoneige (Ontario et nord-est des États-Unis)

DONNÉES DE L'INDUSTRIE

106 207

droits d'accès vendus
(10 149 provenant de l'Ontario,
3 938 provenant des États-Unis)

103 645

pour la saison 2022-23

117 667

pour la saison 2019-20

Publications partenaire – médias sociaux Bonjour Québec

RIDE LIST

164 594 de portée
29 clics sur lien
121 144 interactions

NOUVEAUTÉ

129 104 de portée
56 clics sur lien
62 895 interactions

Tuiles natives DV360

1 141 367

impressions

16 348

clics

1,43 %

CTR

Tuiles natives Yahoo

4 138 990

impressions

19 082

Clics

0,46 %

CTR

Nous avons obtenu près de 3 fois le nombre d'impressions estimé et 2 fois les clics estimés

Partenariat Supertrax

INFOLETTRES

6 576 ouvertures
35,77 % taux d'ouverture
104 clics
1,97 % CTR

Excellent taux d'ouverture, supérieur au benchmark qui est à 19 %

FACEBOOK

83 194 impressions
56 681 de portée
172 engagements
0,79 % taux d'engagement

INSTAGRAM

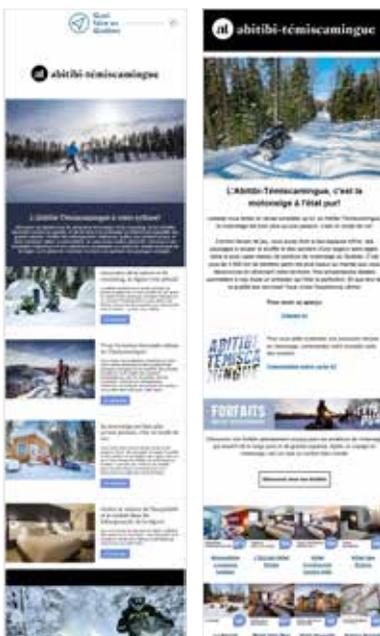
5051 impressions
4859 de portée
133 engagements
2,63 % taux d'engagement

YOUTUBE

1656 vues
100 % taux de complétion
87 engagements
5,25 % taux d'engagement

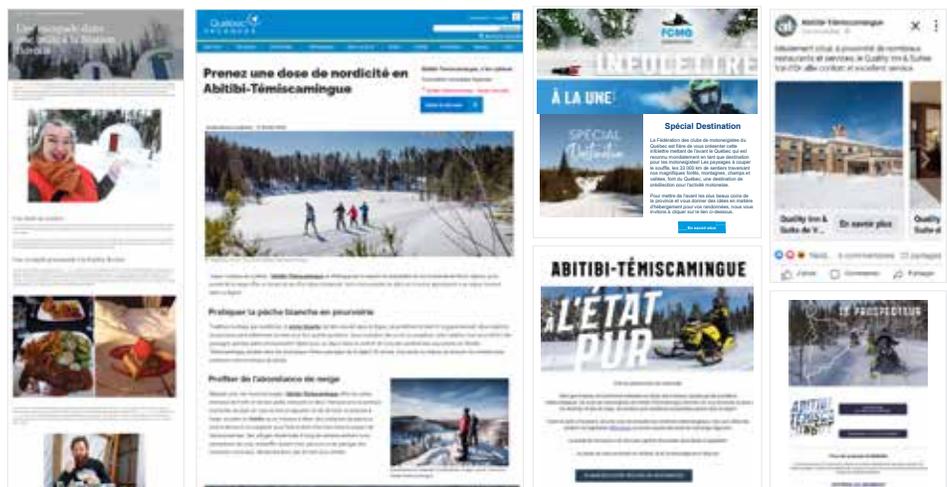
Placement web partenaire AITQ

AITQ – BONJOUR QUÉBEC



Notes additionnelles sur la campagne

Nous avons connu des conditions météorologiques défavorables tout au long de la saison qui a débuté tardivement à la mi-janvier pour se terminer avec la fermeture des sentiers très tôt comparativement aux années antérieures, soit au début de mars. Nous observons une diminution du taux d'occupation moyen de 15,6 % par rapport à l'année passée.



7.3 Campagne pourvoirie

Campagne pourvoirie - Bilan pourvoirie 2023

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 présentent un 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
 - ▶ 70 000 abonnés
- Publications Facebook
 - ▶ 22 000 abonnés
- Promotion – Forfaits pourvoiries
 - ▶ Nos récents efforts nous ont permis d'inclure plus de 20 000 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

Chaque année, nous participons à certaines émissions de télévision qui sont l'occasion d'être vus et connus dans le réseau de la pêche, mais surtout, nous permettent d'ajouter de nouvelles images à notre banque vidéo.



7.4 Plateformes numériques

Bilan réseaux sociaux, du 1^{er} mai 2023 au 1^{er} mai 2024
 Nombre d'abonnés sur nos plateformes

Facebook

24 000 likes
 26 000 abonnés

Instagram

954 publications
 4 734 abonnés

TikTok

1740 abonnés

Couverture

La couverture **Facebook** atteint 2,7 millions, soit une augmentation de 1,8 millions par rapport l'année précédente (mai 2022 à mai 2023).

La couverture **Instagram** atteint 135,9 milles, soit une augmentation de 125,6 milles par rapport à l'année précédente (mai 2022 à mai 2023).

Visites

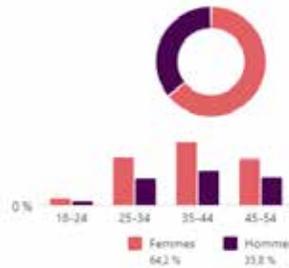
Les visites de la page Facebook ont atteint 88 800 vues, soit une augmentation de 87,2 sur l'année précédente (mai 2022 à mai 2023).

Les visites sur le profil Instagram sont de 5 900 vues, soit une augmentation de 21,3 sur l'année précédente (mai 2022 à mai 2023).

Audience

Followers Facebook
 26 975

Genre et âge

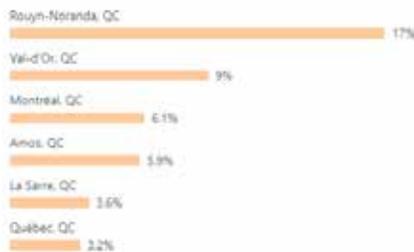


Abonné(e)s Instagram
 4 734

Genre et âge



Principales villes



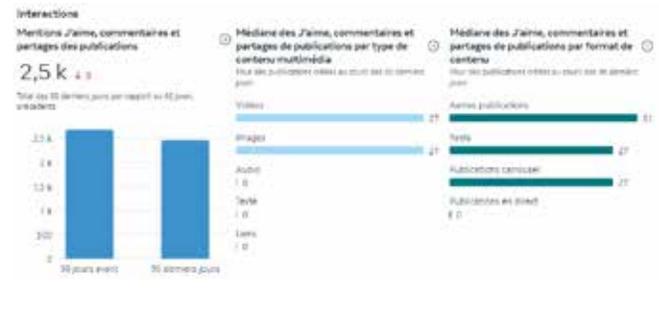
Principales villes



Interactions Facebook



Interactions Instagram



Couverture des stories sur Facebook



Couverture des stories sur Instagram



Publications organiques les plus performantes sur Facebook

La couverture la plus importante pour une publication



La couverture de cette publication (31 523 personnes) est supérieure de **1730 %** à la couverture médiane de votre publication (1 723 personnes) sur Facebook.

Nombre le plus élevé de réactions pour une publication



Cette publication a enregistré **3 028 %** de réactions (782 réactions) de plus que votre médiane des publications (25 réactions) sur Facebook.

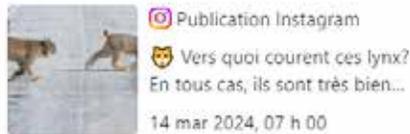
Le plus grand nombre de commentaires sur une publication



Cette publication a enregistré **17 550 %** de commentaires (353 commentaires) de plus que votre médiane des publications (2 commentaires) sur Facebook.

Publications organiques les plus performantes sur Instagram

La couverture la plus importante pour une publication



La couverture de cette publication (1 595 personnes) est supérieure de **216 %** à la couverture médiane de votre publication (504 personnes) sur Instagram.

Le plus grand nombre de J'aime sur une publication



Cette publication a reçu 162 J'aime.

Le plus grand nombre de commentaires sur une publication



Cette publication a reçu 13 commentaires par rapport à votre publication médiane (0 commentaires) sur Instagram.



Contenu vidéo

Minutes visionnées



Blogue

Au cours de l'année, 140 articles de blogue ont été publiés.

Mars 2023 :	10	Octobre 2023 :	8
Avril 2023 :	9	Novembre 2023 :	7
Mai 2023 :	14	Décembre 2023 :	6
Juin 2023 :	18	Janvier 2024 :	0
Juillet 2023 :	19	Février 2024 :	10
Août 2023 :	20	Mars 2024 :	7
Septembre 2023 :	12		

7.5 Professionnels du voyage / Réseau de distribution

Bourses et missions

RENDEZ-VOUS CANADA À QUÉBEC

38 voyageurs rencontrés, principalement pour les marchés Canada, France, Belgique, Allemagne et Suisse.

BIENVENUE QUÉBEC TROIS-RIVIÈRES

41 rendez-vous, principalement avec les voyageurs québécois et les réceptifs québécois et canadiens.

ÉVÉNEMENTS BONJOUR QUÉBEC EUROPE FRANCOPHONE

Plus de 100 professionnels (médias et pros) rencontrés en France, précisément à Paris et à Lille.

Tournées de familiarisation

TOURNÉE DE FAMILIARISATION ROUTE DES EXPLORATEURS (RDE) avec Emerson Velasco, chargée de projet de la Route des explorateurs, ainsi que Chloé Labonté, déléguée commerciale de Tourisme Outaouais et de la RDE.

Cette tournée avait pour but de renforcer les connaissances sur la RDE afin que tout le monde soit au diapason pour bien vendre la Route sur les différents marchés.

TOURNÉE DE FAMILIARISATION DE TOUNDRA VOYAGES, agence réceptive de Montréal vendant notre région sur le marché français.

Fin août/début septembre. 4 personnes : cheffe de produit, coordonnatrice marketing et 2 vendeurs.

Formations virtuelles aux agences

- 1 formation pour le marché du Royaume-Uni
- 1 formation virtuelle à Toundra Voyages

Maintien de l'implication auprès du réseau de distribution

- Participation au Congrès de l'ARF Québec
- Sièges au conseil d'administration de l'ARF Québec

Route des Explorateurs

- Showcase Allemagne pour Emerson
- Deux articles dans Québec Le Mag (France)
- 10 membres ont signé des contrats avec le tour-opérateur Canadvac
- Article dans un magazine allemand à propos de la Route des explorateurs
- Début du rebranding de la Route des explorateurs (logo, signature de marque) et de la nouvelle entité qui est le Québec des explorateurs (regroupement des trois ATR de la RDE) avec l'agence Beauvoir, basée à Sherbrooke



2023
Rapport annuel
2024



TOURISME ABITIBI-TÉMISCAMINGUE