

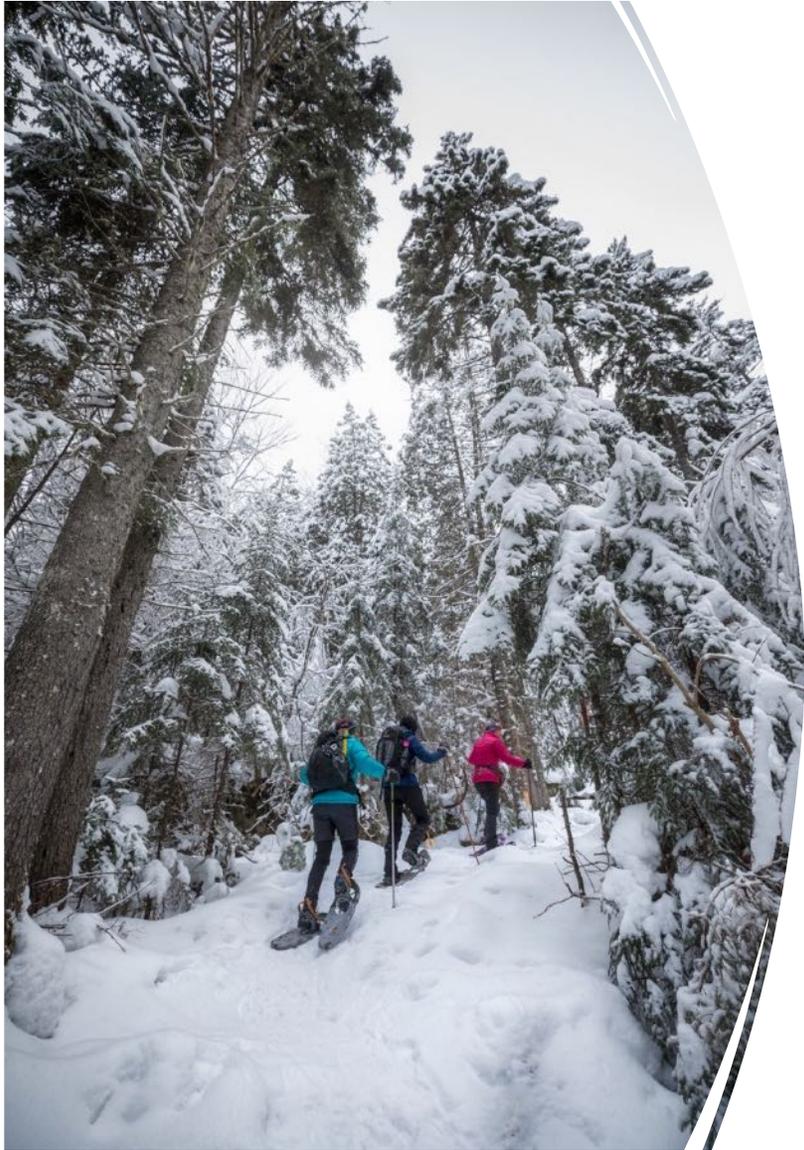


# RÉSULTATS

## Saison hiver 2023-24

Période analysée  
Décembre 2023 à mars 2024





# TABLE DES MATIÈRES

	Page
Faits saillants	3
Profil des répondants	5
Achalandage	10
Données clientèle	27
L'influence du climat	30
Main-d'œuvre	33
Actions Tourisme Lanaudière	38
Hébergement — ISQ	41
Hébergement — AirDnA	45
Achalandage Web	48
Retombées médiatiques	53
Accueil	59



## Faits saillants, résultats décembre 2023 à mars 2024 région de Lanaudière

C'est sans surprise qu'un certain ralentissement a pu être observé pour la saison hivernale 2023-24, dans la région de Lanaudière. Même si le couvert de neige fut plus important ici que dans la majorité des régions québécoises, le départ très tardif, les nombreux redoux et la fonte abrupte ont impacté la majorité des entrepreneurs, à tout le moins, ceux pour qui les paysages hivernaux constituent l'essence du produit.

### ➤ L'achalandage des attraits

- Entre 40 % et 53 % des attraits et événements signalent des baisses d'achalandage, selon les mois. Les plus affectés sont les attraits offrant des activités en plein air (entre 47 % et 56 % en baisse);
- À l'inverse, entre 23 % et 36 % signalent des hausses. Il s'agit principalement d'attrait culturels et événementiels (62 % en hausse en décembre et février);
- Restauration : bilan mitigé, alors que 30 % se disent en hausse. Janvier fut un mois particulièrement difficile alors que 50 % ont vécu de fortes baisses;
- Les sports motorisés ont été les plus affectés : 57 % à 86 % en baisse selon les mois.

### ➤ L'achalandage en hébergement

- Entre 35 % et 62 % des lieux d'hébergement signalent des baisses d'achalandage, selon les mois, alors qu'entre 15 % et 36 % présentent des hausses;
- Cependant, grâce à la croissance du nombre d'unités, on remarque une croissance de 1,5 % du nombre d'unités louées au premier trimestre 2024, par rapport à la même période en 2023 (données Institut de la Statistique du Québec);
- Les hôtels ont été particulièrement affectés en janvier, alors que 88 % ont connu des baisses d'achalandage;
- Les pourvoiries signalent aussi des baisses importantes : 53 % à 80 % selon les mois. Peu surprenant puisque plusieurs d'entre eux accueillent des motoneigistes;
- Les résidences de tourisme, profitant généralement de réservations à plus long terme, ont relativement bien tiré leur épingle du jeu en décembre et janvier (40 % en forte hausse en janvier), mais ont aussi connu une baisse d'achalandage en février et mars (50 % en forte baisse en février).

## Faits saillants, résultats décembre 2023 à mars 2024 région de Lanaudière

### ➤ Clientèles — attrait

- Peu de grand mouvement cet hiver dans les provenances de clientèle dans nos attrait et événements.
- On constate toutefois que 30 % des attrait signalent des hausses d'achalandage en provenance d'Europe, et de l'île de Montréal. La clientèle de la couronne nord est celle qui présente le plus de baisses (23 %).

### ➤ Clientèles — hébergement

- Peu de grand mouvement cet hiver dans les provenances de clientèle en hébergement.
- Les clientèles ontariennes, américaines et européennes sont celles ayant le plus fluctué, en hausse pour certains, en baisse pour d'autres lieux d'hébergement. Globalement, c'est la clientèle ontarienne qui présente le bilan le plus positif.

### ➤ Impact climat hivernal

- Inutile de chercher bien loin pour expliquer les baisses d'achalandage des derniers mois.
- 71 % des attrait expliquent leurs baisses par le climat hivernal difficile. Parmi eux, 34 % signalent estiment leurs pertes à plus de 20 %. Seulement 31 % des attrait n'ont pas du tout été affectés par le climat.
- Les lieux d'hébergement expliquent aussi leur baisse d'achalandage par le climat alors que 34 % évaluent leurs pertes à plus de 20 %. Seulement 23 % disent ne pas avoir subi de pertes pour cette raison.

### ➤ Main-d'œuvre

- Même si la main-d'œuvre constitue encore un défi, on constate une nette amélioration de la situation depuis 2 ans. Pour l'hiver, le nombre d'entreprises fortement touchées est passé de 9 % à 3 % seulement. À l'inverse, 75 % n'ont pas du tout été impactés, comparativement à 58 % à l'hiver précédent.

### ➤ Appréciation des actions promotionnelles de Tourisme Lanaudière

- Sur une note de 5, les répondants donnent une note de 3,4 à Tourisme Lanaudière pour les actions véhiculées. Ces derniers considèrent en moyenne les actions de «généralement» à «très souvent» pertinentes/efficaces.



# ENQUÊTE DE FIN DE SAISON HIVER 2023-24

RÉALISÉE PAR  
TOURISME LANAUDIÈRE  
AUPRÈS DE 120 ENTREPRISES

PROFIL DES RÉPONDANTS



ACTIVITÉS — ATTRAITS  
76 répondants



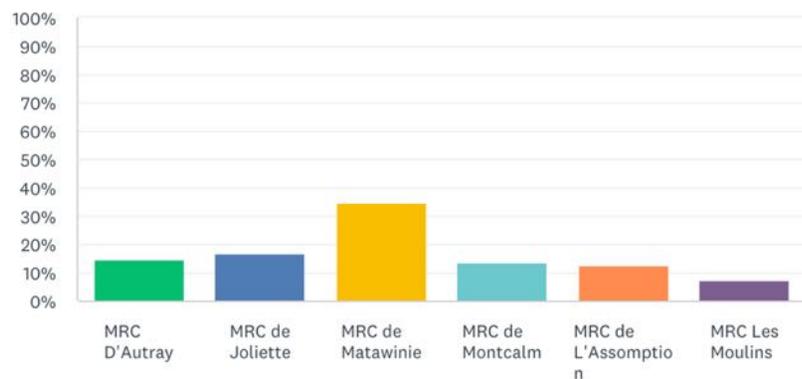
HÉBERGEMENTS  
44 répondants



Dans quelle MRC votre établissement est-il situé?

## Attraits et activités

95 répondants

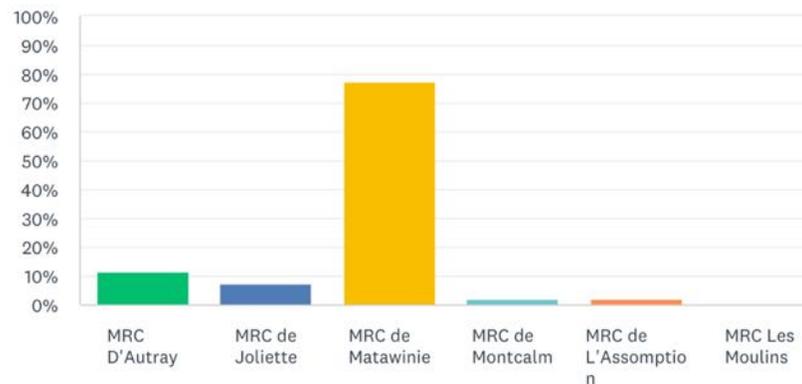


**TOTAL :**  
85 RÉPONDANTS

MRC de Matawinie = 41  
MRC D'Autray = 16  
MRC de Joliette = 9

## Hébergements

53 répondants



MRC de Montcalm = 7  
MRC Les Moulins = 7  
MRC de L'Assomption = 5

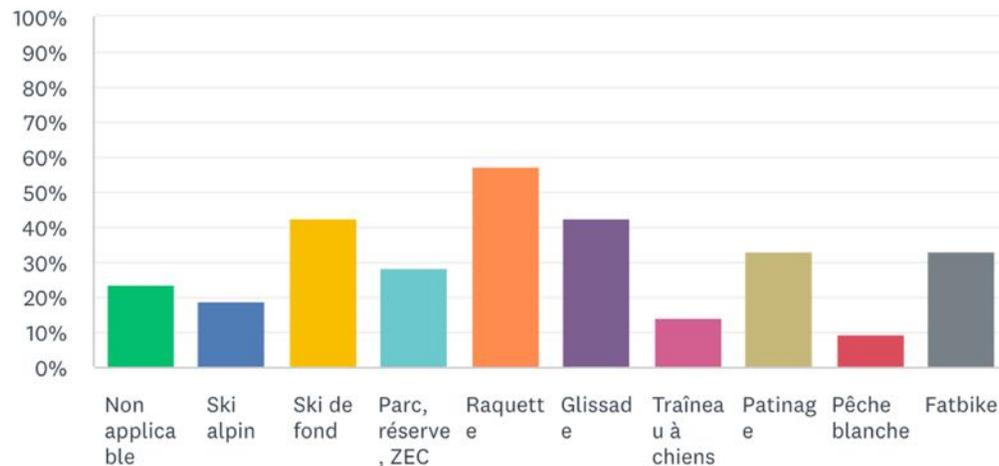
34 % des attraits et 77 % des hébergements répondants sont situés en Matawinie. Les autres répondants sont relativement bien répartis sur le territoire.

## Attraits et activités

Dans quel secteur d'activité votre établissement opère-t-il?



Si votre entreprise se situe dans le secteur plein air et loisirs, veuillez identifier les catégories qui correspondent à votre offre.

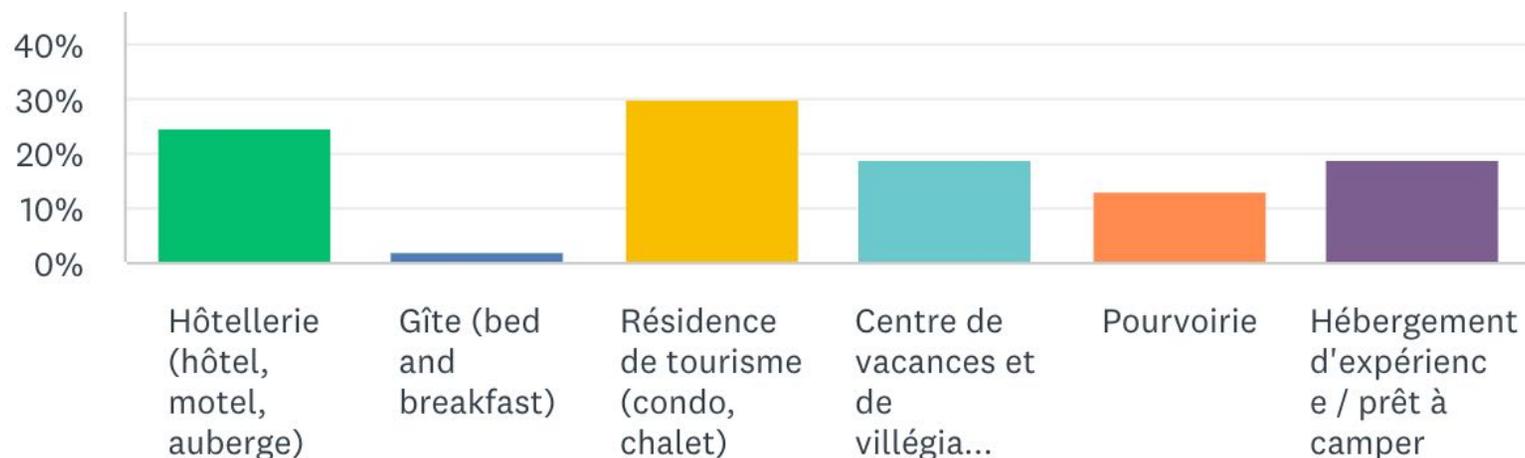


La répartition des attraits reflète sensiblement la réalité des adhésions de Tourisme Lanaudière.

Les répondants liés au plein air et aux loisirs sont très bien répartis dans les types d'activités offertes.

Dans quel secteur d'activité votre établissement opère-t-il?

## Hébergements



30 % des répondants sont des résidences de tourisme, ce qui correspond à la majorité de l'offre d'hébergement présente sur le territoire. Également, 24 % des répondants sont issus du secteur hôtelier, soit au cumul de 54 % des répondants liés à ces deux principales catégories. Les pourvoiries, centres de vacances et lieux d'hébergement d'expérience sont aussi bien représentés dans ce sondage.



# Achalandage

## Achalantage

## Attraits et activités, toutes catégories confondues

### Attraits et activités

Comparez les résultats d'achalandage de cet été à ceux de l'été 2022.



76 répondants



Ce sont les fortes baisses d'achalandage qui sont les plus remarquables dans nos attrait. En effet, selon les mois, de 40 % à 53 % des entreprises signalent des baisses. Parmi celles-ci, plus de 30 % signalent de fortes baisses presque tous les mois.

## Achalandage

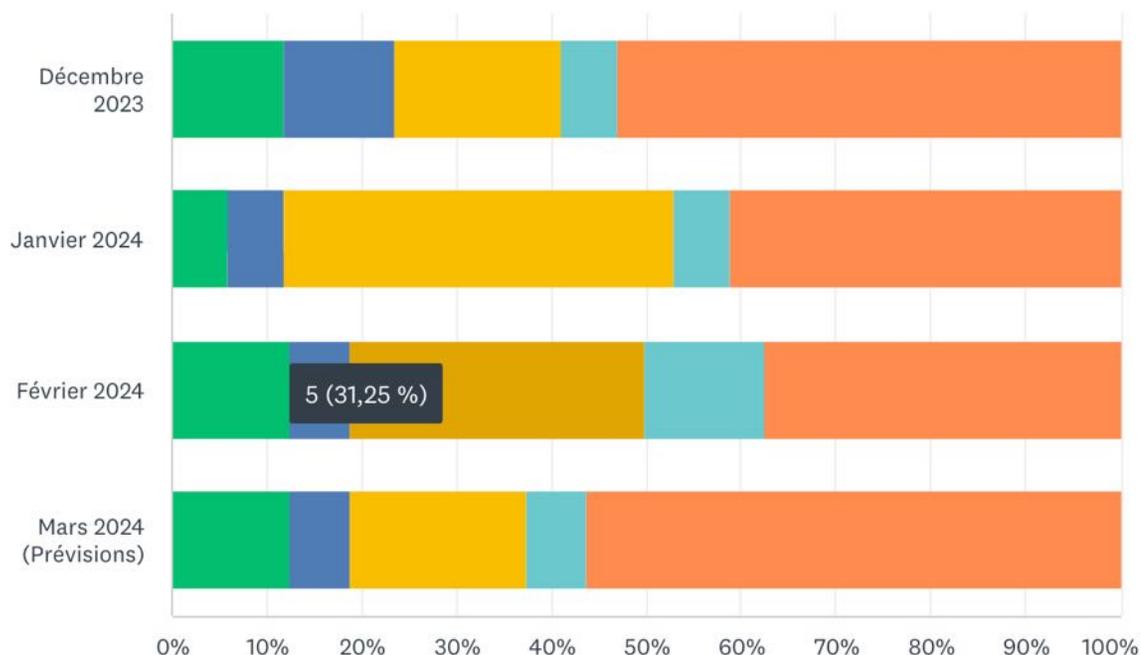
### Attraits et activités

Comparez les résultats d'achalandage de cet hiver, par rapport à l'hiver précédent.



20 répondants

## Plein air et loisirs



Sans surprise, les entreprises liées au plein air signalent de fortes baisses. Plus de la moitié sont en forte baisse en décembre et mars, les mois pour lequel la neige n'était pas du tout au rendez-vous. Dans le contexte climatique du dernier hiver, il est tout de même important de souligner qu'entre 10 % et 22 % des entreprises (selon les mois) signalent des hausses. Aussi, près de 40 % d'entre elles ont connu un mois de janvier stable.

## Achalandage

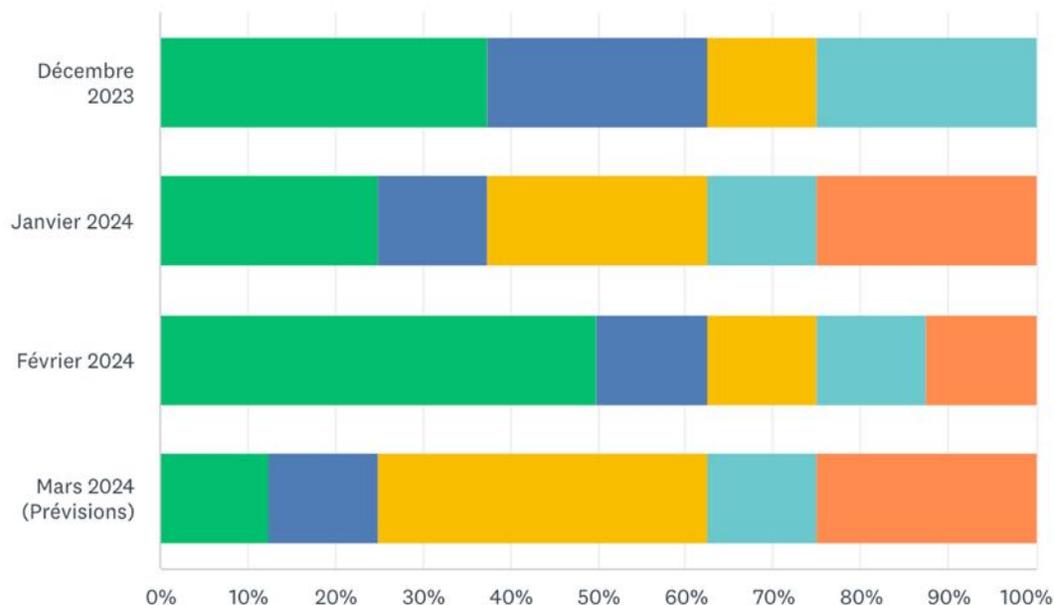
### Attraits et activités

Comparez les résultats d'achalandage de cet hiver, par rapport à l'hiver précédent.



11 répondants

## Culture et patrimoine



L'offre intérieure des entreprises du milieu culturel semble avoir rapporté. Plusieurs ont connu des hausses et fortes hausses, surtout en décembre et février (plus de 60 %). Les mois de janvier (plus propice aux activités extérieures) et mars ont été stables ou plus difficiles pour plusieurs.

## Achalandage

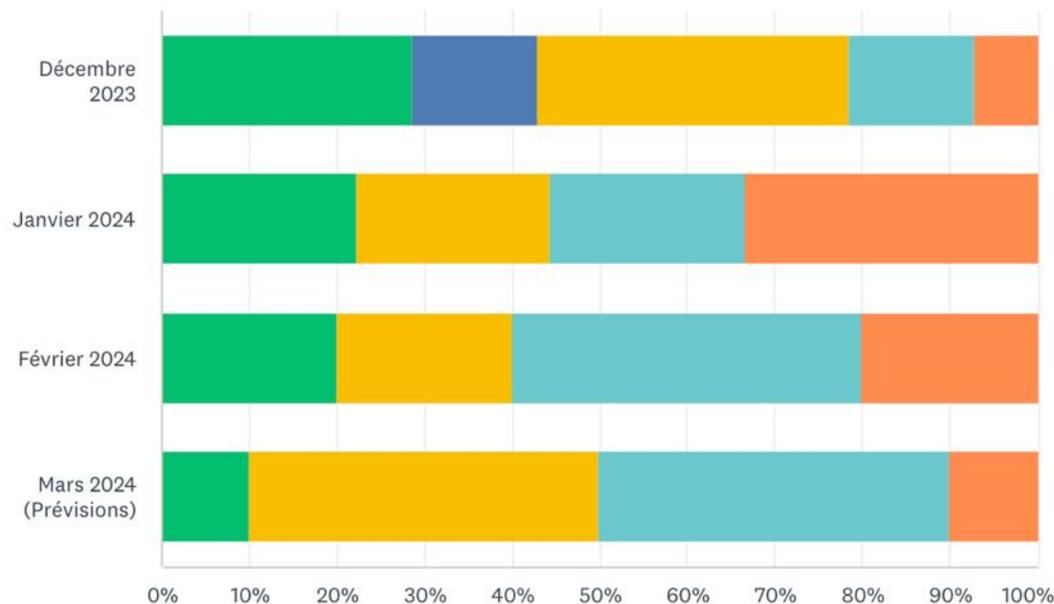
## Agrotourisme et tourisme gourmand

### Attraits et activités

Comparez les résultats d'achalandage de cet hiver, par rapport à l'hiver précédent.



20 répondants



Le secteur du tourisme gourmand a bien performé en décembre, mais semble aussi avoir été rattrapé par la baisse d'achalandage pour les mois de janvier à mars 2024.

## Achalandage

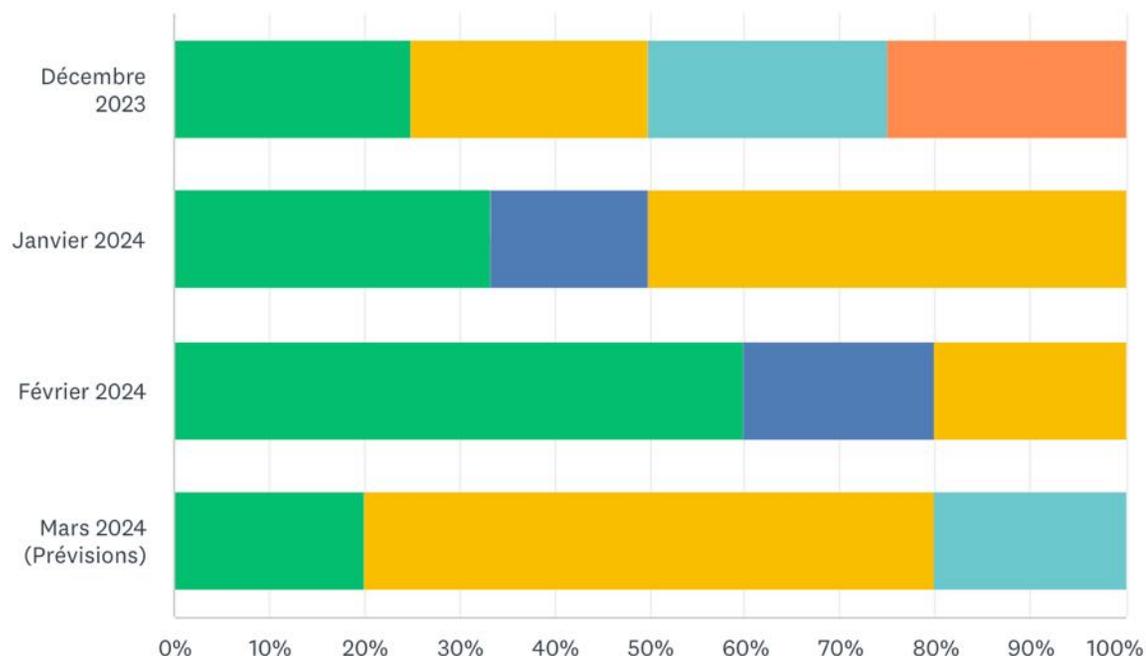
### Attraits et activités

Comparez les résultats d'achalandage de cet hiver, par rapport à l'hiver précédent.



6 répondants

## Festivals et événements



Résultats positifs pour les événements hivernaux qui ont presque tous connu des hausses ou de la stabilité par rapport à 2023.

## Achalandage

### Attraits et activités

Comparez les résultats d'achalandage de cet hiver, par rapport à l'hiver précédent.



11 répondants

## Restauration



Résultats mitigés pour le milieu de la restauration, alors que 30 % des restaurateurs présentent de fortes hausses, et 20 % à 50 % de fortes baisses. Décembre a été profitable pour la majorité des restaurants alors que 50 % étaient en baisse de janvier à mars.

## Achalandage

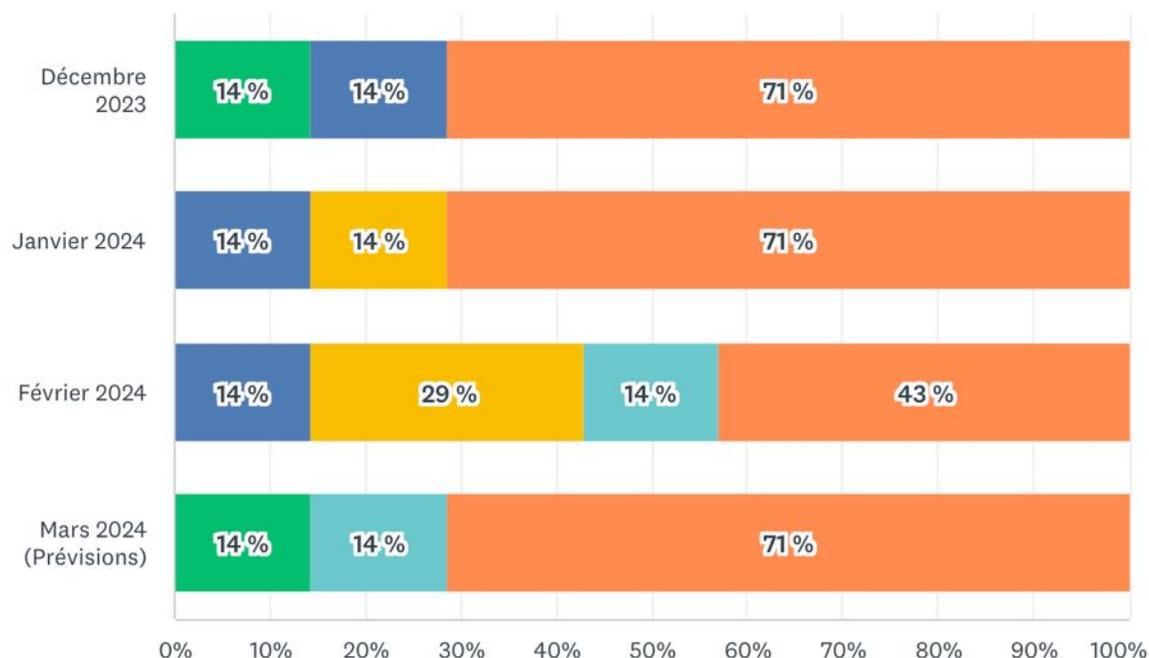
### Attraits et activités

Comparez les résultats d'achalandage de cet hiver, par rapport à l'hiver précédent.



7 répondants

## Sports motorisés (motoneige/quad)



En sport motorisé, les résultats sont désastreux. En effet, le manque d'enneigement aura largement nui à la saison de motoneige. La grande majorité des répondants signale de fortes baisses.

## Achalandage

# Hébergements

Comparez les résultats d'achalandage de cet hiver, par rapport à l'hiver précédent.



44 répondants

## Hébergements, toutes catégories confondues



La tendance était aussi à la baisse d'achalandage dans les lieux d'hébergement, alors qu'environ 30 % signalent de fortes baisses. En janvier et février, plus de 60 % des répondants signalent des baisses. La région étant grandement liée à l'expérience en nature, ces résultats sont peu surprenants.

## Achalantage

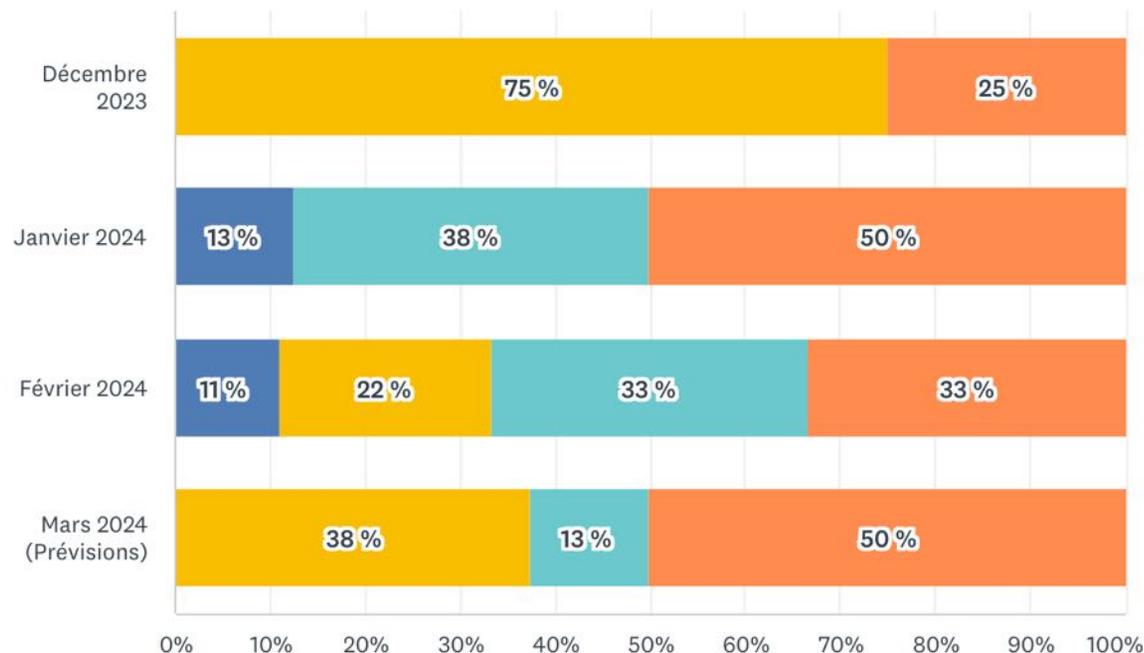
## Hôtellerie (hôtel, motel, auberge)

### Hébergements

Comparez les résultats d'achalandage de cet hiver, par rapport à l'hiver précédent.



9 répondants



Après un mois de décembre relativement stable, les hôteliers ont connu un hiver difficile. En janvier, 87 % d'entre eux signalent des baisses d'achalandage.

## Achalandage

## Résidence de tourisme (condo, chalet)

### Hébergements

Comparez les résultats d'achalandage de cet hiver, par rapport à l'hiver précédent.



13 répondants



Malgré des résultats décevants, la situation des résidences de tourisme semble avoir été moins difficile en décembre et janvier. Près de la moitié présentent des baisses, mais peu présentent de fortes baisses. Il est tout de même important de noter que 40 % des répondants ont signalé de fortes hausses en janvier, et 50 % ont signalé des hausses en mars).

## Achalandage

### Hébergements

Comparez les résultats d'achalandage de cet hiver, par rapport à l'hiver précédent.



9 répondants

## Centre de vacances et de villégiature



Résultats mitigés dans les centres de vacances. Les résultats sont variables d'une entreprise à l'autre. Les plus fortes baisses sont enregistrées en février alors que de fortes hausses sont enregistrées en mars.

## Achalandage

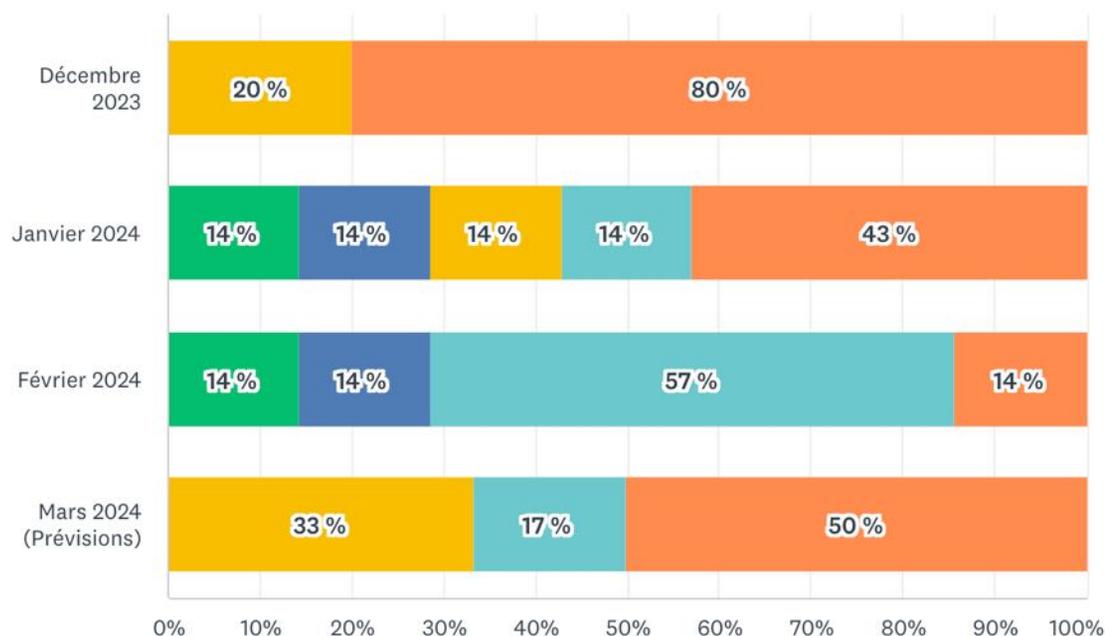
### Hébergements

Comparez les résultats d'achalandage de cet hiver, par rapport à l'hiver précédent.



7 répondants

## Pourvoirie



Nos pourvoiries sont, pour la plupart, associées au milieu de la motoneige en hiver. Il est donc peu surprenant de constater de fortes baisses d'achalandage. Décembre aura été particulièrement difficile avec 80 % de fortes baisses. En février, 73 % d'entre elles signalent des baisses. Le mois de janvier fut le meilleur, avec 42 % des entreprises stables ou en hausse.

## Achalandage

## Hébergement d'expérience

### Hébergements

Comparez les résultats d'achalandage de cet hiver, par rapport à l'hiver précédent.



8 répondants



Départ stable en décembre pour les lieux d'hébergement d'expérience, suivi de 60 % des entreprises en baisse en janvier et février. Mars semble avoir été positif avec 67 % des entreprises en hausse.



# Achalandage

## COMMENTAIRES

*À quoi attribuez-vous vos*

- *Résultats positifs?*
- *Résultats négatifs?*

# À quoi attribuez-vous vos résultats POSITIFS?

## PUBLICITÉ

- Campagnes de promotion, visibilité accrue à la télé;
- Campagne de promotion/notoriété;
- Promotion accrue via réseau (*Reservit*);
- Nouvelles stratégies médias sociaux;
- Promo 5 nuits au prix de 3.

## PROFESSIONALISATION

- Réputation grandissante de notre entreprise et attraits.

## CLIENTÈLE

- Clientèle régulière;
- Réservations de longue date;
- Fidélisation;
- Bouche-à-oreille via réseaux sociaux;
- Accueil de nouveaux groupes scolaires;
- Croissance clientèle européenne;
- Plus de demande en mars.

## PRODUIT

- Bonification de l'expérience;
- Diversité de l'offre;
- Nouveaux produits;
- Retour en salle des spectacles post-pandémie;
- Popularité du fat bike;
- La qualité de notre offre;
- La notoriété de notre offre;
- Fabrication de neige artificielle avant Noël.

## COLLABORATION

- Mon pôle (Saint-Côme) gagne en popularité, ce qui bénéficie à mon offre;
- Tournage à proximité.

## PRIX

- Rabais.

## MÉTÉO

- Température clémente pour plusieurs événements;
- Neige présente plus qu'ailleurs.

# À quoi attribuez-vous vos résultats NÉGATIFS?

## MÉTÉO

- Insuffisance du couvert de neige (récurrent dans la moitié des réponses);
- Climat instable;
- Plusieurs annulations dues à la météo;
- Températures trop douces (patin, pêche sur glace);
- Ouverture tardive et fin rapide;
- Température de bouette!

## CLIENTÈLE

- Perte de clientèles de groupe liées aux moyens de pression enseignants (janvier);
- Déplacement semaine de relâche entièrement en mars;
- Moins de groupes européens.

## CONCURRENCE

- Augmentation de l'offre, diminution de la demande (chalets).

## CONTEXTE ÉCONOMIQUE

- Économie canadienne fragile;
- Conditions économiques des clients (inflation, taux d'intérêt, budget discrétionnaire diminué, etc.).

## MAIN-D'ŒUVRE

- Manque de personnel.

## AUTRES

- Produit nouveau et encore peu connu.

## SAISONNALITÉ

- Saison d'enneigement trop courte cette année.



## Données clientèle

## Provenance clientèle

## Attraits et activités, toutes catégories confondues

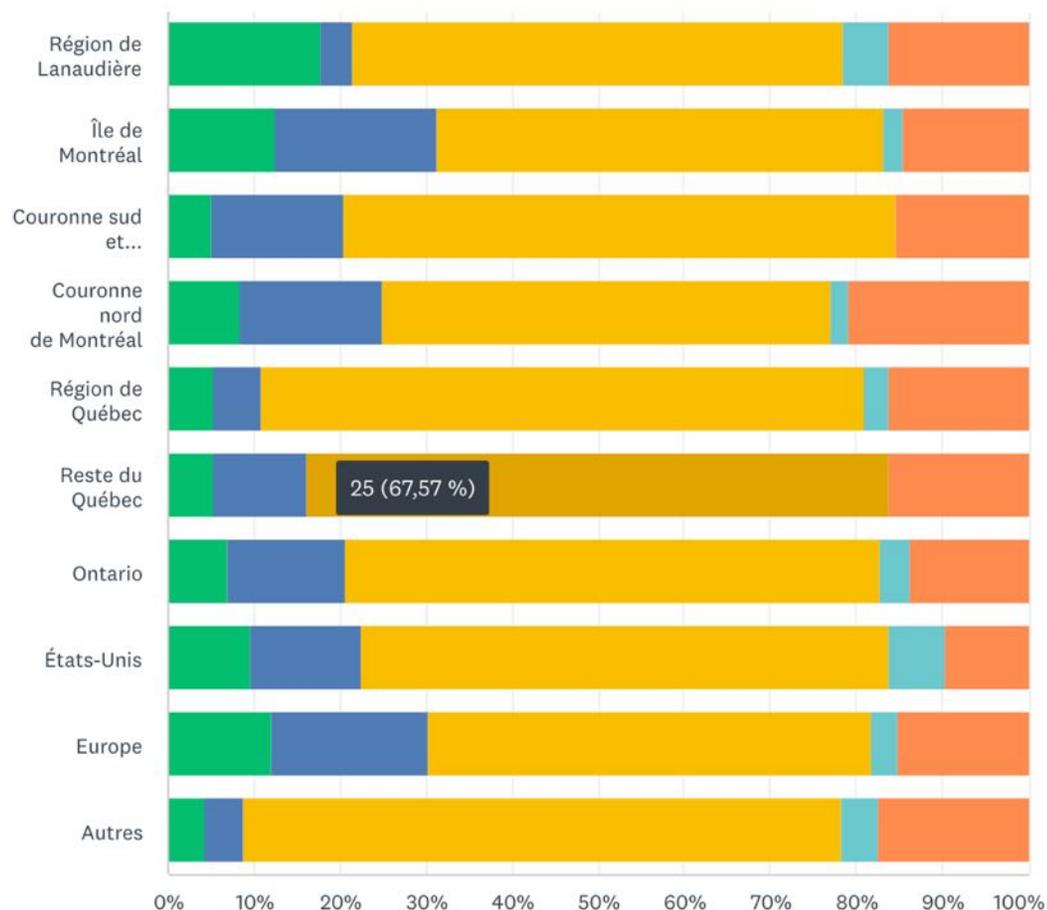
### Attraits et activités

Qualifiez la progression de la provenance de votre clientèle comparativement à l'hiver passé.



70 répondants

Peu de grands mouvements cet hiver concernant la provenance de clientèle dans nos attraits. On constate toutefois que 30 % des attraits signalent des hausses d'achalandage en provenance d'Europe, et de l'île de Montréal. La clientèle de la couronne nord est celle qui présente le plus de baisses (23 %).



## Provenance clientèle

### Hébergements

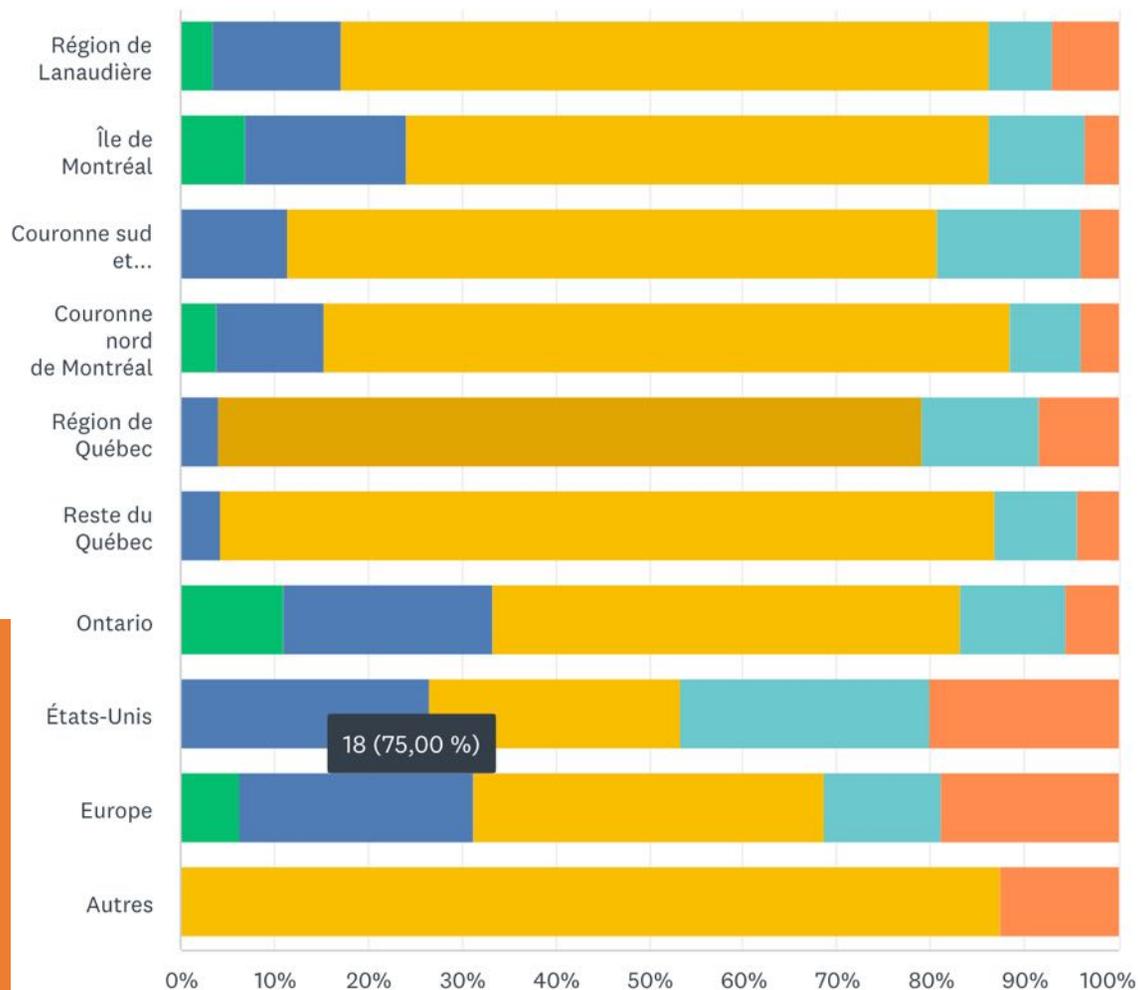
Qualifiez la progression de la provenance de votre clientèle comparativement à l'hiver passé.



38 répondants

En hébergement, les clientèles ontariennes, américaines et européennes sont celles ayant le plus fluctué, en hausse pour certaines, en baisse pour d'autres lieux d'hébergement. Globalement, c'est la clientèle ontarienne qui présente le bilan le plus positif.

## Hébergements, toutes catégories confondues





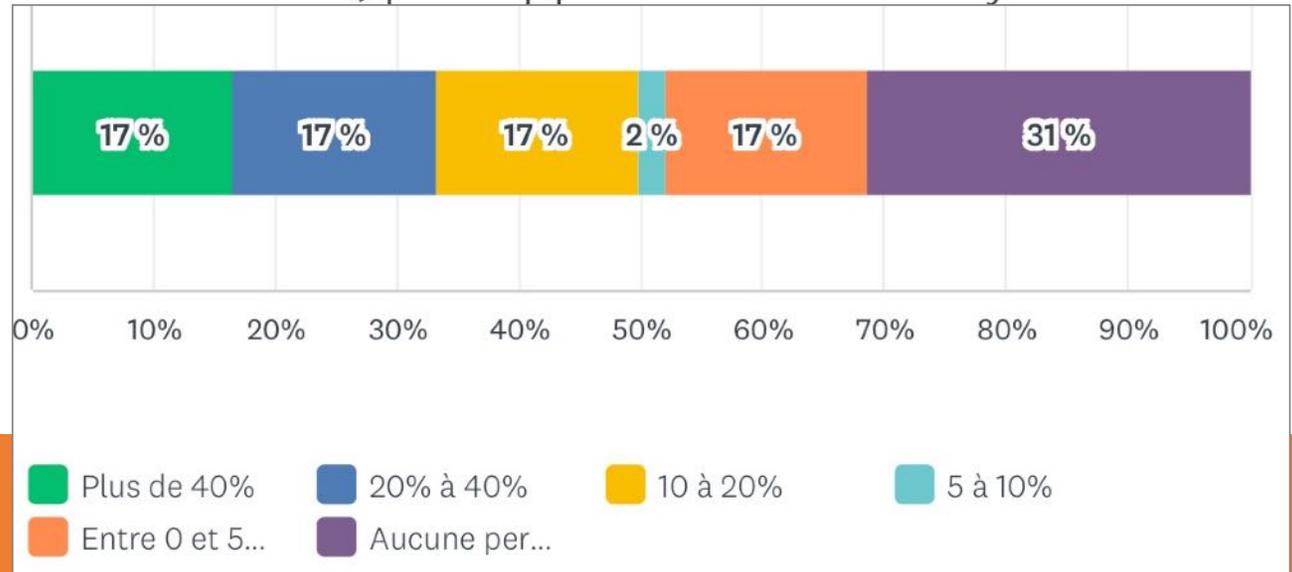
## L'influence du climat

## Impact, climat hivernal 2023-24

## Attraits et activités

Le climat hivernal a été particulièrement difficile cet hiver pour notre industrie, avec une très faible quantité de précipitations de neige. Si la neige affecte votre achalandage, à quel pourcentage estimez-vous vos pertes dues au climat à l'hiver 2023-2024, par rapport à un hiver moyen ?

En pourcentage de pertes



69 répondants

Inutile de chercher bien loin pour expliquer les baisses d'achalandage des derniers mois. 71 % des attrait expliquent leurs baisses par le climat hivernal difficile. Parmi eux, 34 % signalent des baisses de 20 % et plus.

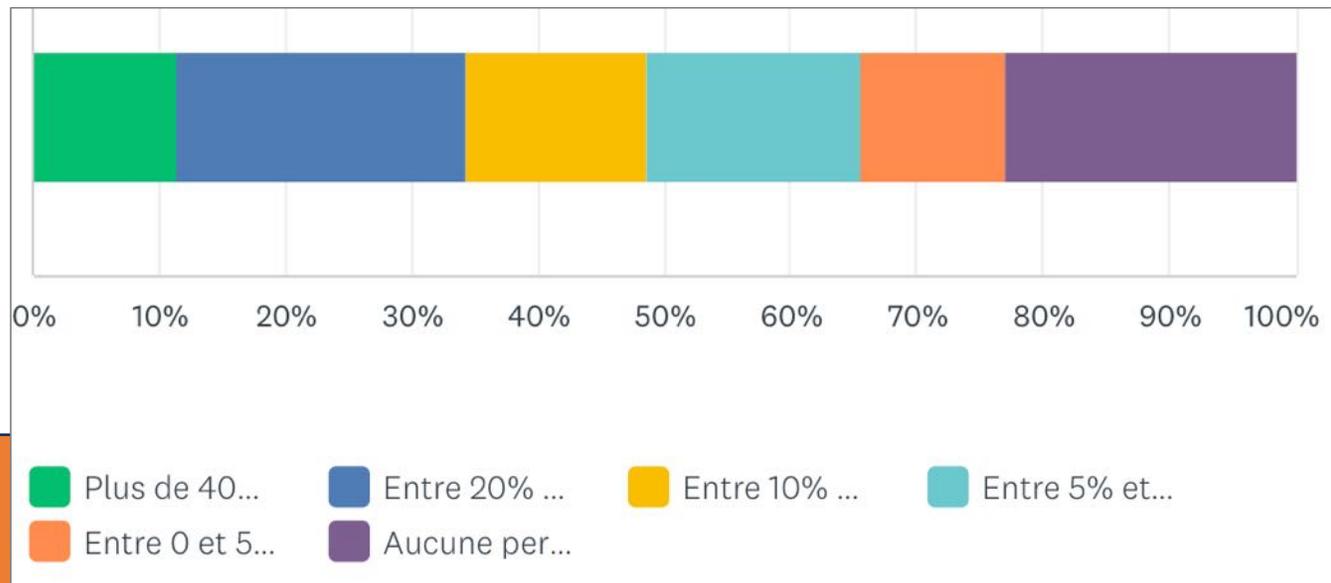
## Impact, climat hivernal 2023-24

## Hébergements

Le climat hivernal a été particulièrement difficile cet hiver pour notre industrie, avec une très faible quantité de précipitations de neige. Si la neige affecte votre achalandage, à quel pourcentage estimez-vous vos pertes dues au climat à l'hiver 2023-2024, par rapport à un hiver moyen ?

En pourcentage de pertes

38 répondants



Les lieux d'hébergement expliquent aussi leur baisse d'achalandage par le climat, alors que 34 % évaluent leurs pertes à plus de 20 %. Seulement 23 % disent ne pas avoir subi de pertes pour cette raison.



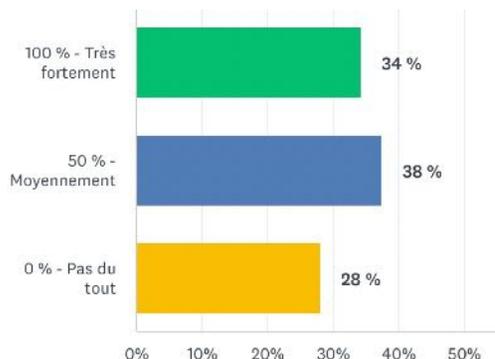
## Main-d'œuvre

## Main-d'œuvre

À quel degré la pénurie de main-d'œuvre a-t-elle affecté votre entreprise cet hiver?

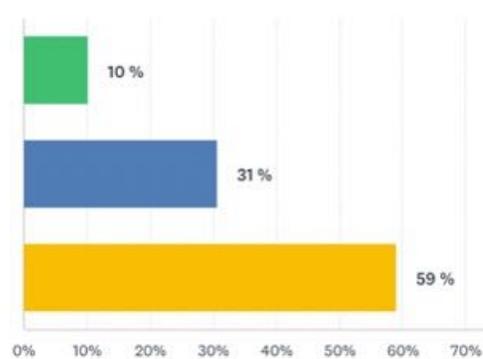
## Attraits et activités

Été 2022



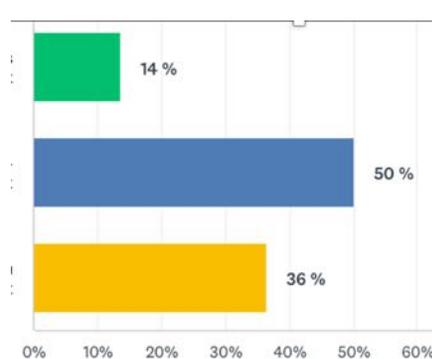
32 répondants

Hiver 2022-2023



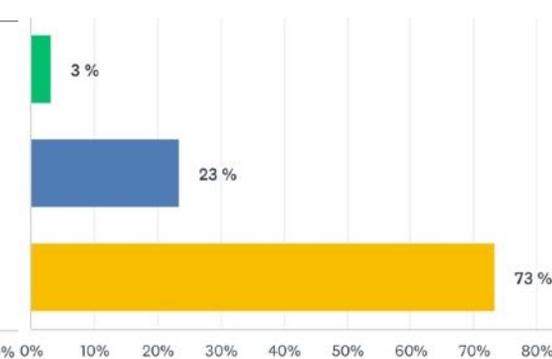
39 répondants

Été 2023



44 répondants

Hiver 2023-2024



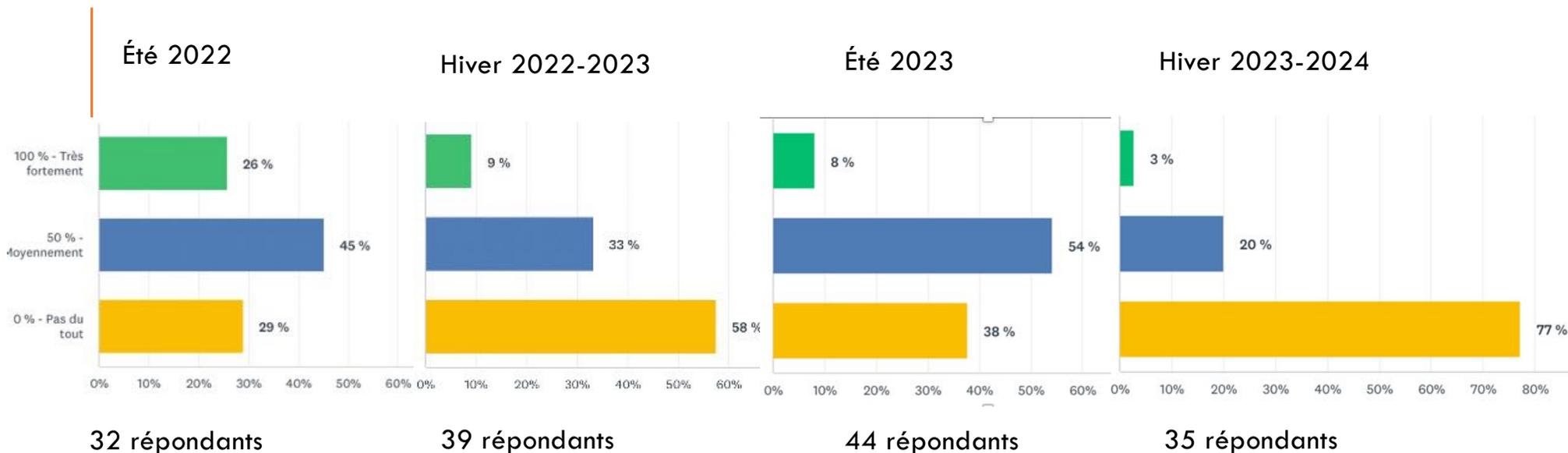
64 répondants

Même si la main-d'œuvre constitue encore un défi pour nos attrait, on constate une nette amélioration de la situation depuis 2 ans. Pour l'hiver, le nombre d'attrait fortement touchés est passé de 10 % à 3 % seulement. À l'inverse, 73 % n'ont pas du tout été impactés, comparativement à 59 % à l'hiver précédent.

## Main-d'œuvre

À quel degré la pénurie de main-d'œuvre a-t-elle affecté votre entreprise cet hiver?

## Hébergements

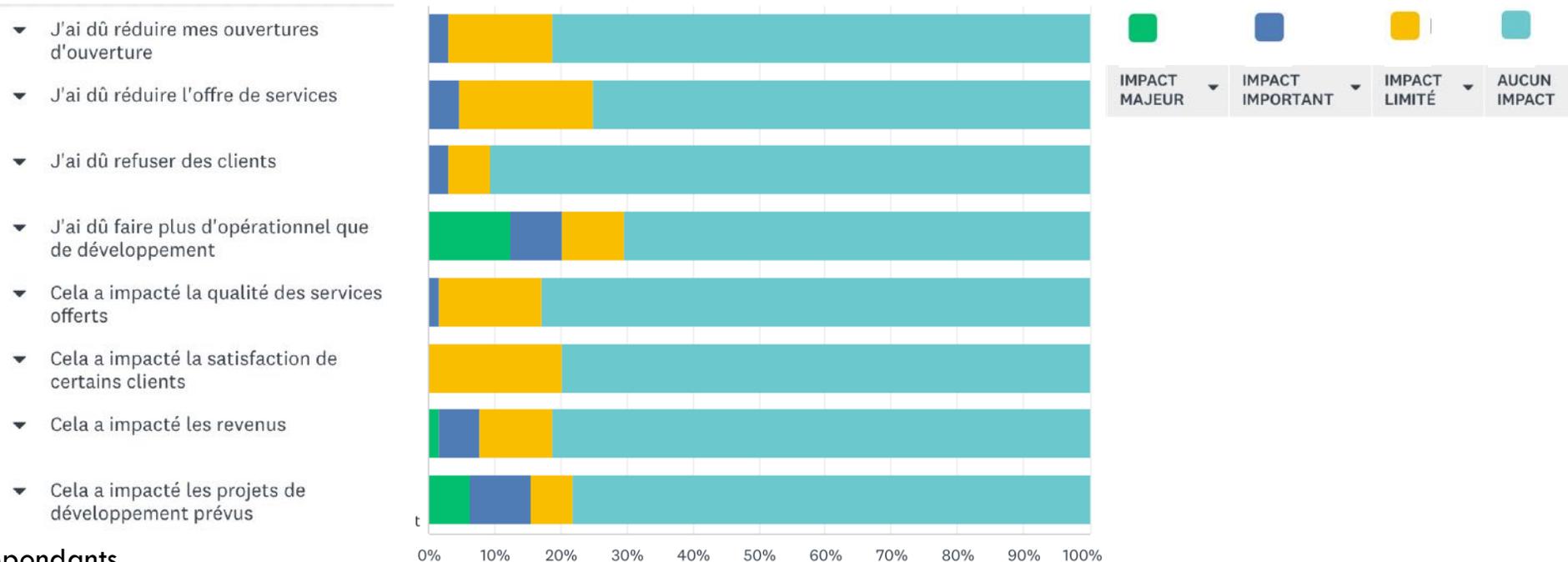


Même si la main-d'œuvre constitue encore un défi pour nos lieux d'hébergement, on constate une nette amélioration de la situation depuis 2 ans. Pour l'hiver, le nombre de lieux d'hébergement fortement touchés est passé de 9 % à 3 % seulement. À l'inverse, 77 % n'ont pas du tout été impactés, comparativement à 58 % à l'hiver précédent.

## Main-d'œuvre

Évaluez le niveau d'impact qu'a eu la pénurie de main-d'œuvre au sein de votre entreprise cet hiver :

### Attraits et activités

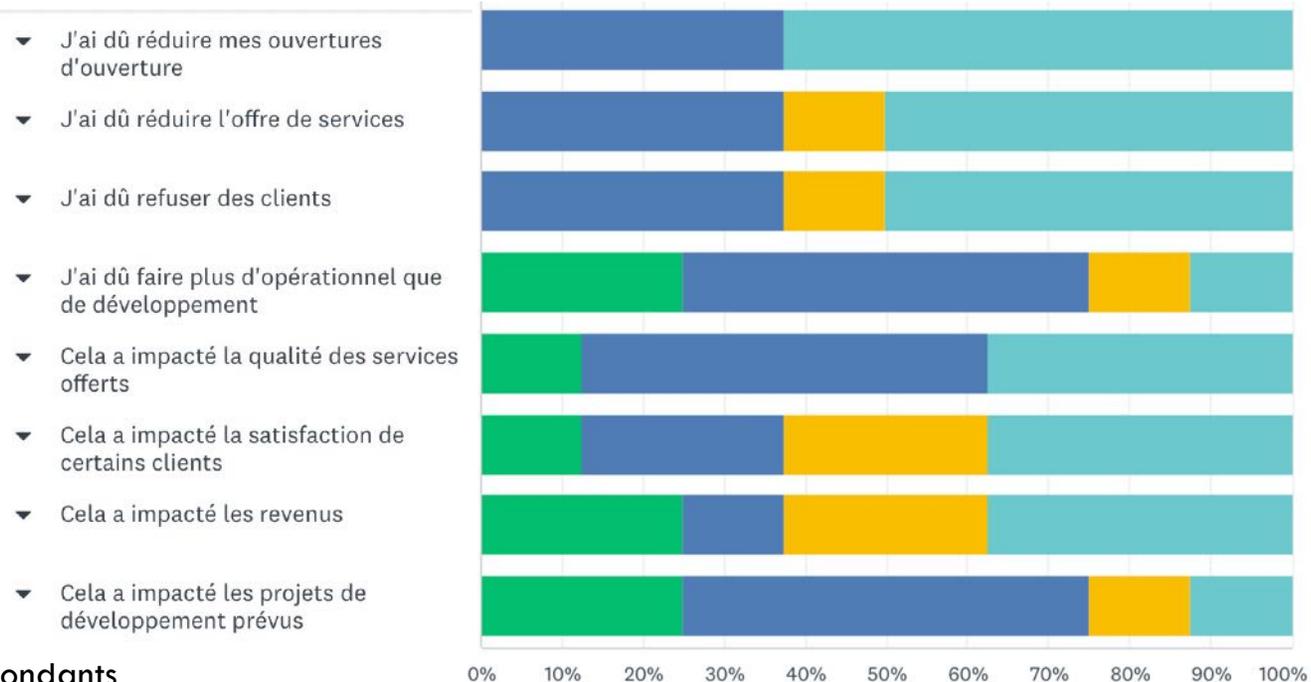


Pour les attraits impactés par le manque de main-d'œuvre, c'est l'obligation de faire plus d'opérationnel qui constitue le plus grand impact. Par conséquent, les entrepreneurs sont portés à retarder les projets de développement prévus.

## Main-d'œuvre

Évaluez le niveau d'impact qu'a eu la pénurie de main-d'œuvre au sein de votre entreprise cet hiver :

### Hébergements



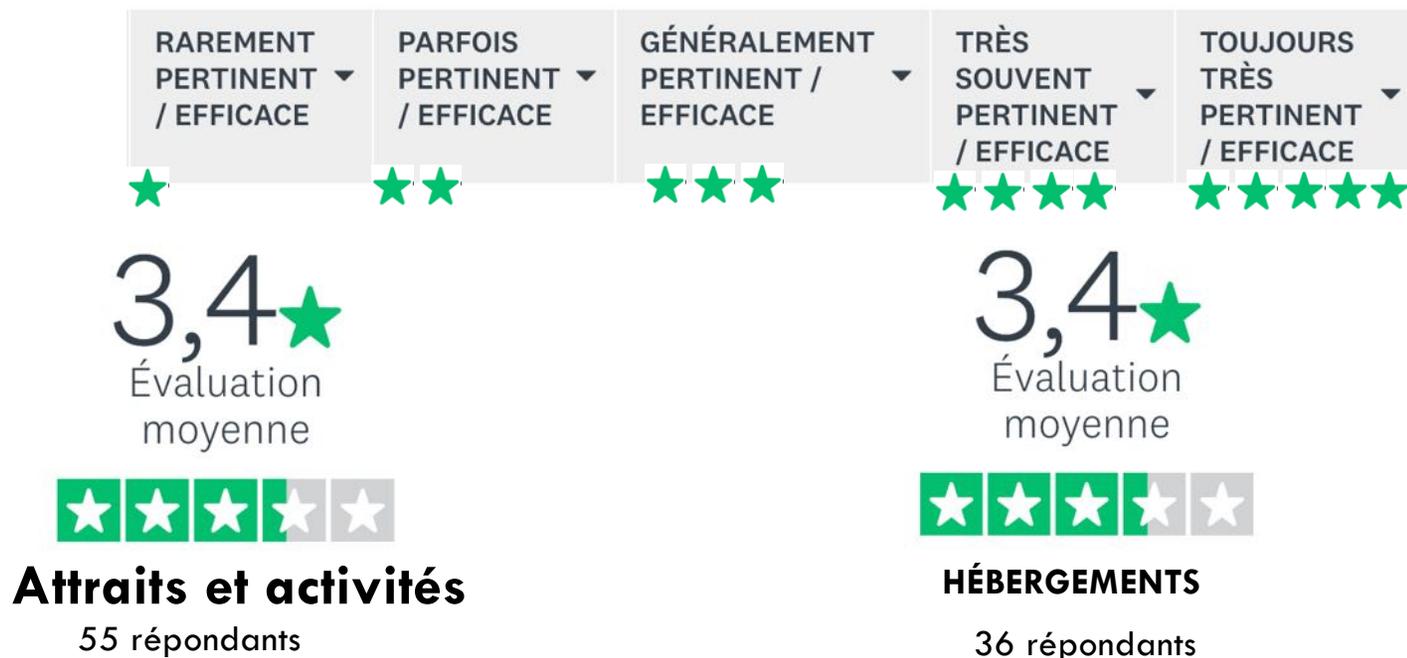
8 répondants

L'impact est beaucoup plus important pour les lieux d'hébergement qui semblent encore vivre des impacts importants. Notons cependant que seulement 8 répondants ont répondu à cette question.



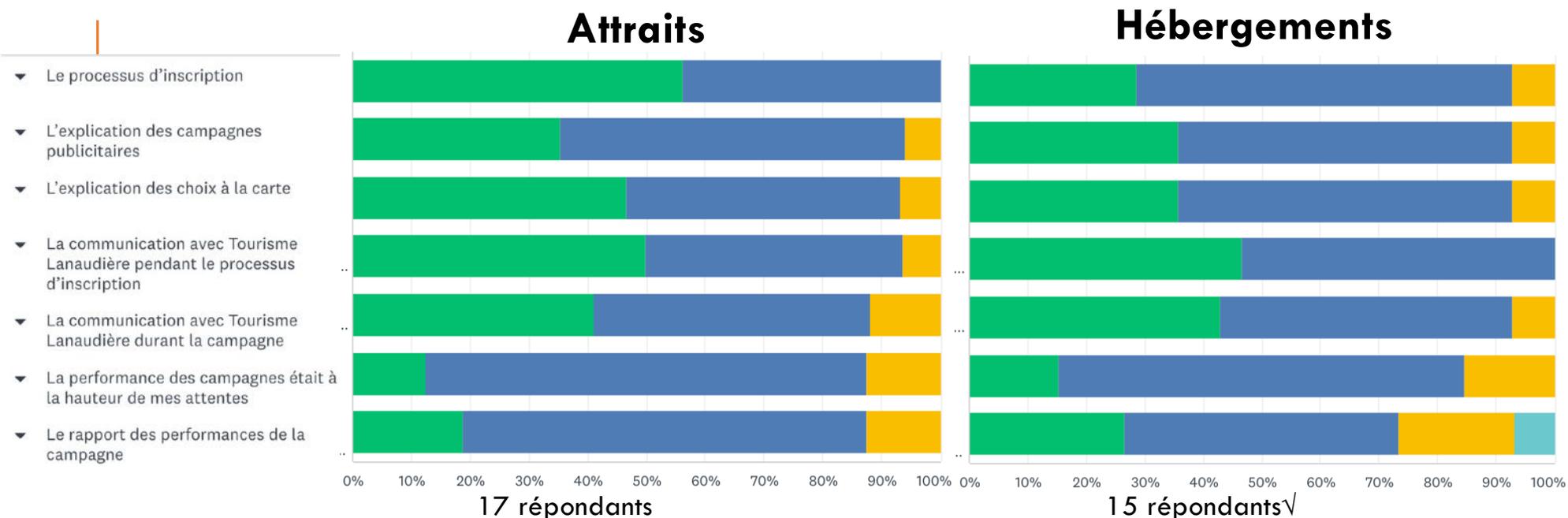
# PERCEPTIONS DES ENTREPRISES CONCERNANT LES ACTIONS DE TOURISME LANAUDIÈRE

## Degré d'appréciation des actions promotionnelles véhiculées par Tourisme Lanaudière



Sur une note de 5, les répondants donnent une note de 3,4 à Tourisme Lanaudière pour les actions véhiculées. Ces derniers considèrent, en moyenne, les actions de «généralement» à «très souvent» pertinentes/efficaces.

## Appréciation de l'organisation de la campagne hivernale par Tourisme Lanaudière



27 % des attraits répondants et 46 % des lieux d'hébergement répondants ont participé aux campagnes de promotion hivernales régionales. Parmi ces derniers, le taux de satisfaction est excellent. Selon les éléments évalués, le taux de satisfaction varie de 63 % à 100 %.



# RÉSULTATS HÉBERGEMENT TOURISTIQUE

INSTITUT DE LA STATISTIQUE  
DU QUÉBEC



**IMPORTANT** : Les statistiques présentées concernent les établissements hôteliers et les résidences de tourisme disposant de 4 unités et plus.

**ATTENTION**, NE SONT PAS INCLUS DANS CETTE ENQUÊTE :

- Les résidences de tourisme de 3 unités et moins;
- Les prêts à camper (hébergement d'expérience);
- Les pourvoiries;
- Les gîtes;
- Les centres de vacances.

Des statistiques additionnelles issues de AIRDNA suivent plus loin dans cette présentation concernant les résidences de tourisme de moins de 3 unités notamment.

# Lanaudière, janvier et février 2024

## Taux d'occupation moyens

Taux d'occupation moyen

46,5 %

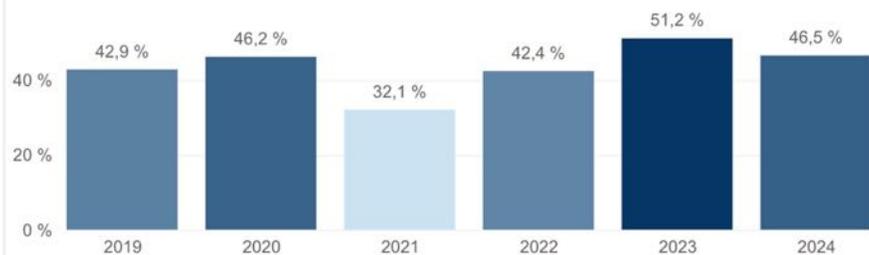
Écart avec 2019

3,7

Écart avec 2023

-4,6

Taux d'occupation depuis 2019



## Unités louées quotidiennement

Unités louées quotidiennement

696

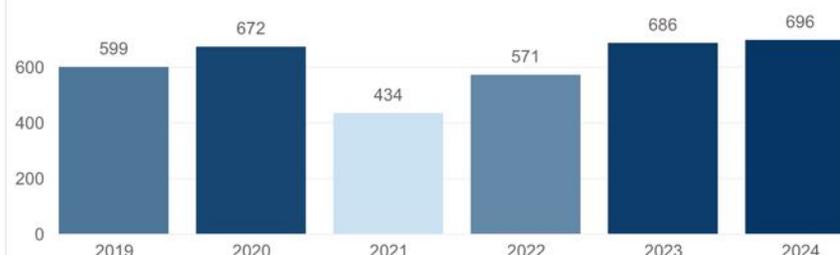
Variation avec 2019

16,2 %

Variation avec 2023

1,5 %

Unités louées quotidiennement depuis 2019



Les taux d'occupation pour janvier et février 2024 ont diminué de 4,6 % par rapport à 2023. Cependant, ils demeurent supérieurs de 3,6 % par rapport à l'année de référence de 2019. Grâce à la croissance du nombre d'unités disponibles, le nombre d'unités louées a tout de même crû de 1,5 % en janvier-février 2024 par rapport à 2023 (16,2 % par rapport à 2019). La situation était similaire pour décembre 2023.

## Lanaudière, janvier et février 2024

### Prix de location moyen

Prix moyen de location

\$159,3

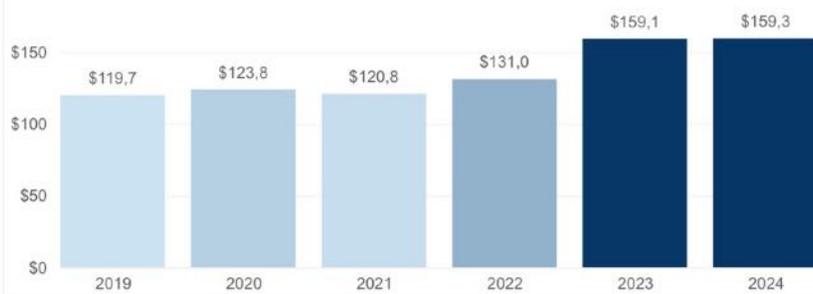
Variation avec 2019

33,1 %

Variation avec 2023

0,1 %

#### Prix moyen de location depuis 2019



### Revenus moyens par unité disponible

Revenus moyens par unité disponible (RMPUD)

Revenus moyens par unité disponible (RMPUD) 74,1

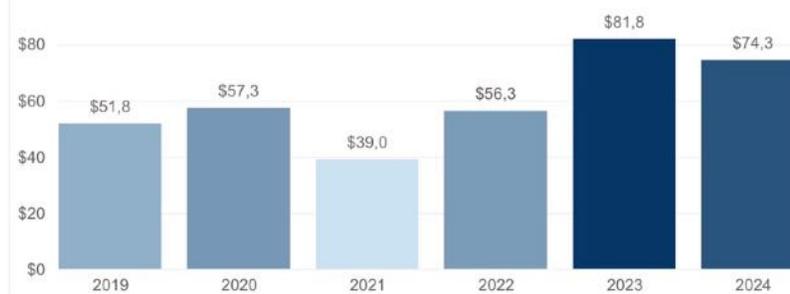
Variation avec 2019

44,2 %

Variation avec 2023

-8,98 %

#### RMPUD depuis 2019



Le prix moyen des chambres est demeuré stable par rapport à janvier et février 2023. Cependant, compte tenu de la baisse du taux d'occupation, le revenu moyen par unité disponible a chuté de 9 %.



# RÉSULTATS RÉSIDENCES DE TOURISME

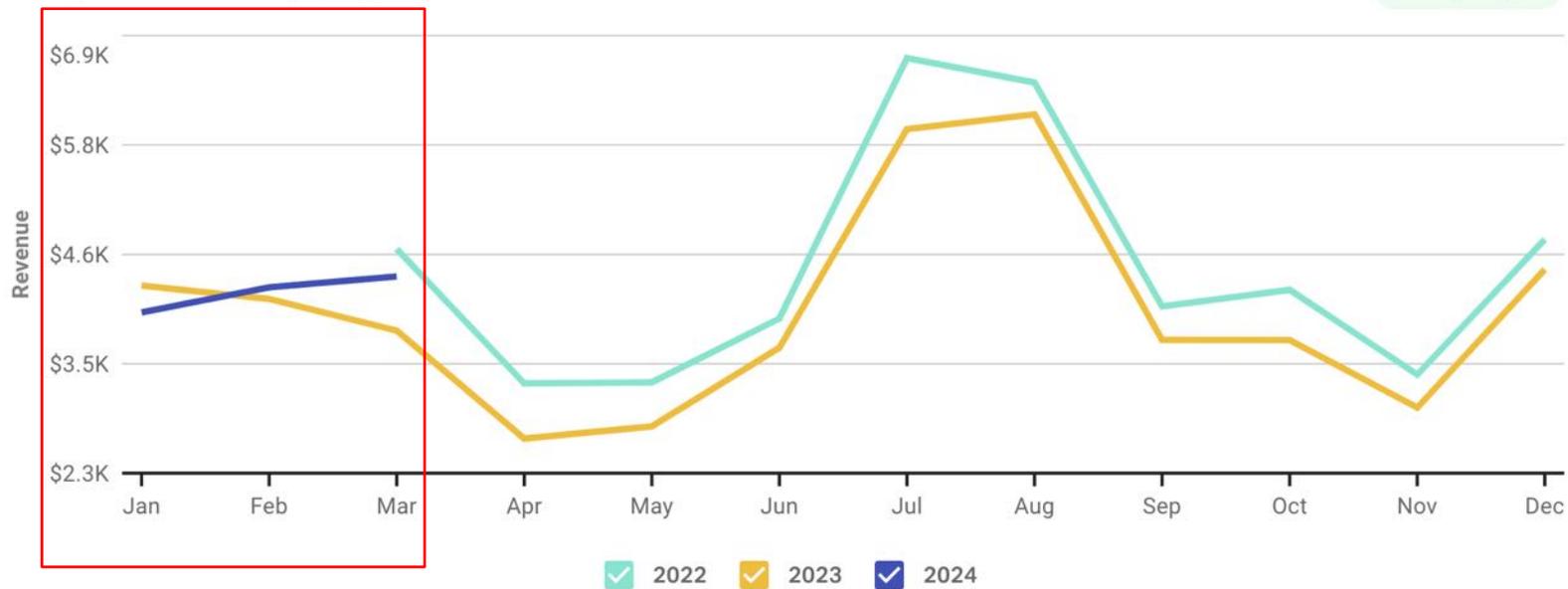
**SOURCE : AIRDNA**

Les chiffres sont issus des hébergements (résidences de tourisme) proposés notamment sur les plateformes AIRBNB et/ou Vrbo. Les données présentées ci-dessous sont valides en date du 18 oct. 2023.

## Matawinie, revenus générés par la plateforme de réservation.

Average revenue over the **last 2 years** ▾

+15% past year



Selon les données recueillies par AIRDNA, on constate une légère diminution des revenus générés via les plateformes de réservation en Matawinie tout au long de l'année 2023. Fait surprenant, le premier trimestre 2024 semble positif (février et mars).

## Matawinie, taux d'occupation mensuel moyen sur les plateformes de réservation

Average monthly occupancy over the last 3 years ▾

+19% past year



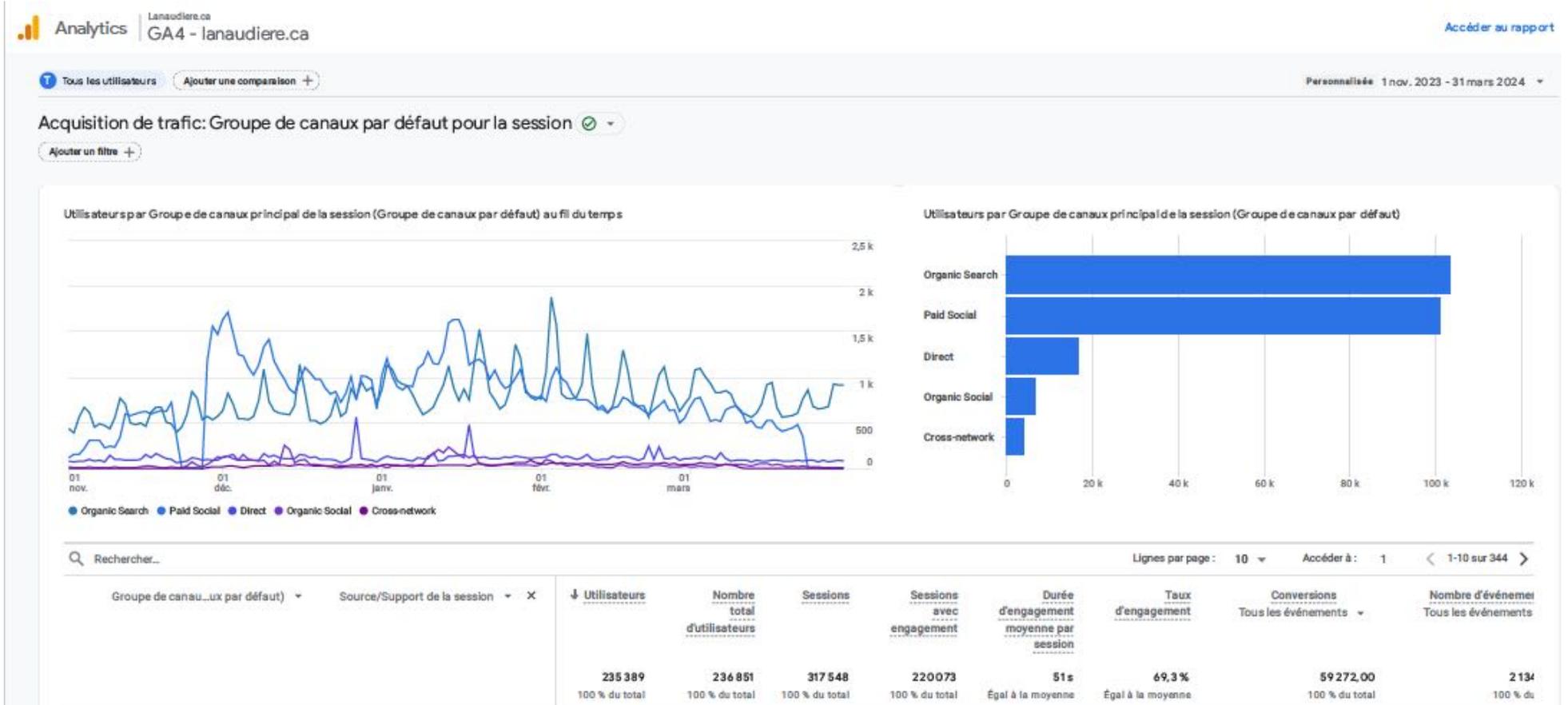
En Matawinie, les taux d'occupation liés aux plateformes de réservation semblent relativement stables depuis 1 an. Pour le premier trimestre, ils sont cependant inférieurs à 2022.

# ACHALANDAGE WEB

DU 1<sup>ER</sup> NOVEMBRE 2023  
AU 31 MARS 2024

# TOURISME LANAUDIÈRE

## Achalandage site Web lanaudiere.ca – 1er novembre 2023 au 31 mars 2024



Note : Un problème technique lié au tracking de Google Analytics ne nous permet pas de comparer les données pour la même période avec l'année précédente.

## Achalandage site Web lanaudiere.ca — 1er novembre 2023 au 31 mars 2024

### Sections du site Web les plus consultées

Rechercher...		
Chemin de la page de l'écran	↓ Vues	Nombre total d'utilisateurs
	634 738 100 % du total	236 851 100 % du total
1 /fr/offres-et-forfaits-lanaudiere/liste/	17 351	10 477
2 /	14 730	425
3 /fr/hebergement-lanaudiere/chalets-gites-et-cabanes/cabanes/	11 873	8 089
4 /fr/	11 689	7 431
5 /fr/activites-lanaudiere/	10 703	3 797
6 /fr/forfaits-explore-quebec/	10 631	7 277
7 /fr/evenements-lanaudiere/	10 326	5 104
8 /fr/hebergement-lanaudiere/chalets/	9 033	5 170
9 /fr/marches-noel-lanaudiere/terrebonne/	8 773	6 577
10 /fr/marches-noel-lanaudiere/joliette/	8 495	6 443

L'offre forfaitaire des entreprises demeure la section la plus consultée. Suivi par la section présentant l'offre de location de chalets et d'hébergements d'expériences.

## Achalandage site Web lanaudiere.ca – 1er novembre 2023 au 31 mars 2024

### Source de trafic et provenance des visiteurs

La clientèle provenant du Grand Montréal demeure la clientèle qui consulte davantage le site. On note également que la clientèle provenant directement de Lanaudière demeure importante.

Rechercher...		
Groupe de canau...ux par défaut) ▾	Source/Support de la session ▾ ×	↓ Utilisateurs
		235 389 100 % du total
1	<b>Paid Social</b>	Facebook / paid
2	<b>Organic Search</b>	google / organic
3	<b>Direct</b>	(direct) / (none)
4	<b>Cross-network</b>	google / cpc
5	<b>Organic Social</b>	Facebook / websiteclick
6	<b>Email</b>	infolettre Tourisme Lanaudière / email
7	<b>Organic Search</b>	bing / organic
8	<b>Organic Social</b>	m.facebook.com / referral
9	<b>Unassigned</b>	(not set)
10	<b>Organic Social</b>	lm.facebook.com / referral

Rechercher...		
Ville ▾ +	↓ Nombre total d'utilisateurs	Utilisateurs
	4 975 100 % du total	4 567 100 % du total
1	<b>Montreal</b>	1 369
2	<b>Laval</b>	193
3	<b>Saint-Pierre</b>	171
4	<b>Terrebonne</b>	167
5	<b>(not set)</b>	166
6	<b>Joliette</b>	165
7	<b>Repentigny</b>	145
8	<b>Saint-Jerome</b>	127
9	<b>Toronto</b>	119
10	<b>L'Assomption</b>	113

De plus, Facebook demeure la première source d'acquisition de visiteurs, suivi du référencement organique.

## Médias sociaux

	Hiver 2021-2022	Hiver 2022-2023	Hiver 2023-2024	
Facebook (abonnés)	62 367	71 216	77 282	+ 8,5 %
Instagram (abonnés)	14 000	15 482	16 765	+ 8,2 %
LinkedIn (abonnés)	884	1 270	1 921	+ 51,26 %
Pinterest (abonnés)	712	721	726	+0,69 %
TikTok (abonnés)	113	921	2 142	+ 132,57 %

Les médias sociaux demeurent de loin la meilleure vitrine de l'offre touristique. On confirme une constante progression dans le taux d'engagement et des interactions. Tourisme Lanaudière continue d'explorer les différents médias émergents et reste à l'affût des tendances, nous poursuivons la création de contenus sur TikTok et nous sommes davantage présents sur LinkedIn.



 Lanaudière

# PRINCIPALES RETOMBÉES MÉDIATIQUES

HIVER 2023-24

TOURISME LANAUDIÈRE

## Skier agréablement à moindre coût



**Surprise ! Ce ne sont pas les stations de ski les plus dispendieuses qui garantissent la meilleure expérience.**

Publié le 7 nov. 2023



**MARIE TISON**  
La Presse



En fait, deux des trois stations les plus appréciées des lecteurs de la revue *Protégez-vous* offrent des billets quotidiens à 60 \$ et moins. Ainsi, il ne faut déboursier que 57 \$ pour skier au Centre de ski Le Relais, dans la région de Québec, la station qui trône au sommet du sondage réalisé par la revue. Owls Head suit, avec un billet quotidien à 89 \$. Val Saint-Côme, dans Lanaudière, prend la troisième place, avec un billet à 60 \$.

Lire l'article : [cliquez ici](#)

### PARTYS ET ÉVÈNEMENTS **20 marchés de Noël à voir cette année**

2 NOV. 2023

PAR SANDRINE FAUCHER - KELLY-ANN NEELEY - MARIE-CLAUDE VIOLA



**C'est vrai, il n'y a pas meilleure façon d'encourager les artisans locaux qu'en se présentant à divers marchés de Noël, un peu partout à travers la province.**

Acheter des produits fabriqués localement avec amour et soin auprès d'artisans d'ici, c'est un grand geste d'encouragement positif pour l'économie locale, mais avant tout pour les entreprises qui font fleurir notre patrimoine culturel.

Les maisonnettes du Marché de Noël de Joliette attendent les visiteurs sous les lumières scintillantes de son site enchanteur encore une fois cette année. Vous pouvez y faire de jolies trouvailles gourmandes auprès d'une trentaine d'artisans pour compléter vos cadeaux et agrémenter vos repas des fêtes. Au menu: de l'éclairage spectaculaire, une patinoire pour les tout-petits, des visites au père Noël dans sa maison, le Noël des chiens, la balade culturelle, la journée des mascottes et encore plus: profitez d'une expérience festive hors du commun.

Ce rendez-vous hivernal annuel est un incontournable qui allie le créneau agroalimentaire lanadois, le patrimoine vivant, la musique traditionnelle et la culture lanadoise.

- Du 30 novembre au 23 décembre 2023
- 445, rue Notre-Dame, Joliette
- [Tous les détails ici.](#)

Lire l'article : [cliquez ici](#)

**LA PRESSE+**

COMMANDITÉ

Beneva

## Cinq régions coups de cœur des motoneigistes du Québec

Pouvant compter sur quelque 33 000 km de sentiers réservés à la motoneige sur tout le territoire québécois, les adeptes de cette activité peuvent se réjouir de l'arrivée des flocons. Cap sur des secteurs chouchous des motoneigistes d'ici.

### Le pays de la motoneige (Lanaudière et Mauricie)

4800 km de sentiers ballisés

Des panoramas contrastés, des lacs et des montagnes, des sentiers mythiques (dont la 360), un immense tapis blanc : c'est tout cela, la Mauricie et Lanaudière. Les deux régions, qui forment ensemble ce qu'on surnomme le pays de la motoneige, offrent des circuits diversifiés qui plaisent aussi bien aux motoneigistes cherchant l'adrénaline qu'à ceux qui se déplacent tranquillement. Sur un aussi vaste territoire, les points d'intérêt sont nombreux, de la Forêt Ouareau à la montagne Noire en passant par la traversée du réservoir Taureau.

Lire l'article : [cliquez ici](#)

RADIO-CANADA

**Ohdio**

À la une Radios Balados Rechercher Mon Ohdio

TOUT UN MATIN

**Rattrapage du 28 déc. 2023 : Une première entente entre le gouvernement et la FAE, et la nomination de Kim Thúy à titre de membre de l'Ordre du Canada**

2 h 40 min

Cet extrait audio vous a été recommandé

07 h 48

Un début de saison avec peu de neige : Denis Brochu de Tourisme Lanaudière

7 min

Lire l'article : [cliquez ici](#)

ACTUALITÉS > SOCIÉTÉ > PARTOUT AVEC TOUTOU: 50 ENDROITS OÙ ...

## Partout avec Toutou: 50 endroits où les chiens sont les bienvenus

Geneviève Quesy et Le Journal de Montréal | Publié le 6 janvier 2024 à 12 h 00

Nos compagnons, les chiens, sont les bienvenus (en laisse!) dans plus d'endroits que l'on pense. Informez-vous avant de planifier une sortie, vous pourriez être étonné! Voici 50 endroits où le meilleur ami de l'homme pourra suivre son maître dans ses aventures. Il y en a pour tous les goûts!

Lire l'article : [cliquez ici](#)



## LES 10 MEILLEURS SENTIERS DE SKI DE FOND DE LANAUDIÈRE



PAR ÉQUIPE ÉDITORIALE  
MIS À JOUR LE 08 JANVIER 2024



Plus discrète, plus rurale et moins touristique que les Laurentides, cette région mérite pourtant d'être mieux connue, notamment pour ses sentiers de ski de fond. On vous en a sélectionné dix qui se démarquent.

Lire l'article : [cliquez ici](#)

MPLMS

DÉCOUVERTES ON JASE ACTIVITÉS FAMILIALES LITTÉRATURE SEXUALITÉ TÉMOIGNAGES

### Festival Saint-Côme en glace: Un événement hivernal familial à ne pas manquer!



Le Festival Saint-Côme en glace est de retour pour une 42e édition du 3 au 18 février dans la municipalité de Saint-Côme à Lanaudière et promet de vous réchauffer avec des activités qui vont vous faire bouger!

Lire l'article : [cliquez ici](#)

le journal de montréal

## Coupe du monde de Val Saint-Côme: Mikaël Kingsbury rebondit de belle façon et signe la 85e victoire de sa carrière



Lire l'article : [cliquez ici](#)



© Courtoisie parc régional de la forêt Ouareau

## LE SKI DE MONTAGNE ARRIVE AU PARC RÉGIONAL DE LA FORÊT OUAREAU



PAR ANTOINE STAB  
MIS À JOUR LE 13 FÉVRIER 2024

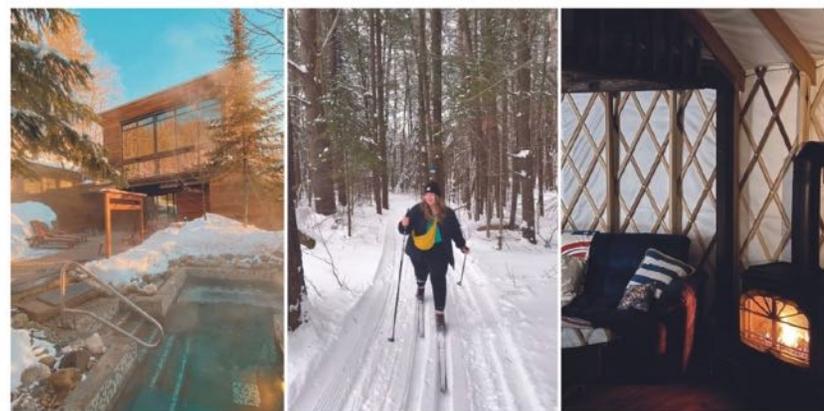


À Entrelacs, le parc régional de la Forêt Ouareau offre un superbe réseau de sentiers multifonctionnels autant en hiver qu'en été, à un peu plus d'une heure de Montréal.

Lire l'article : [cliquez ici](#)

# véro

## UN WEEKEND D'HIVER DANS LANAUDIÈRE



27 Fév 2024 par *Théo Dupuis-Carbonneau*

En décembre dernier, j'ai eu la chance de mettre le quotidien sur pause, le temps d'une fin de semaine où j'ai pu (re)découvrir les joies de la saison boréale à deux pas de Montréal, dans Lanaudière. Résumé d'une escapade plus que parfaite !

Lire l'article : [cliquez ici](#)

GUIDE TOURISTIQUE OFFICIEL 2022-2023

# Lanaudière

bonjour  
québec

 Lanaudière  
RAPPROCHEZ-VOUS

Québec 

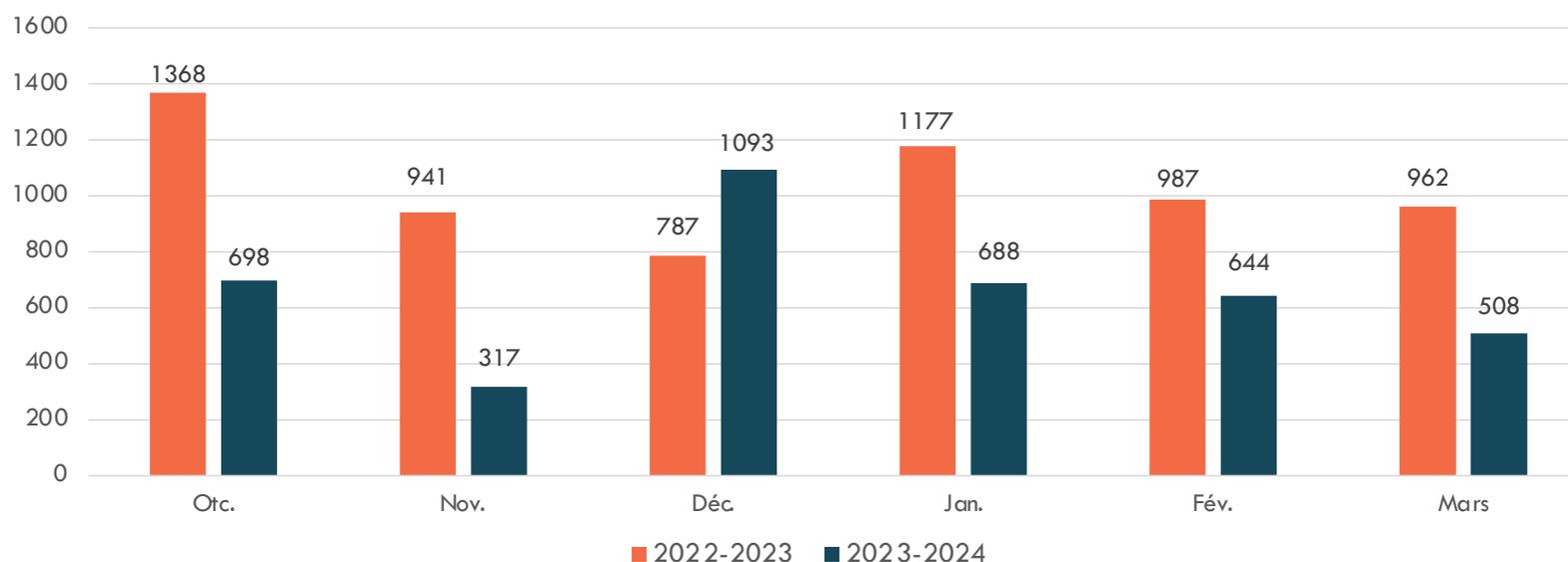
# ACCUEIL

NOVEMBRE 2023 À  
MARS 2024

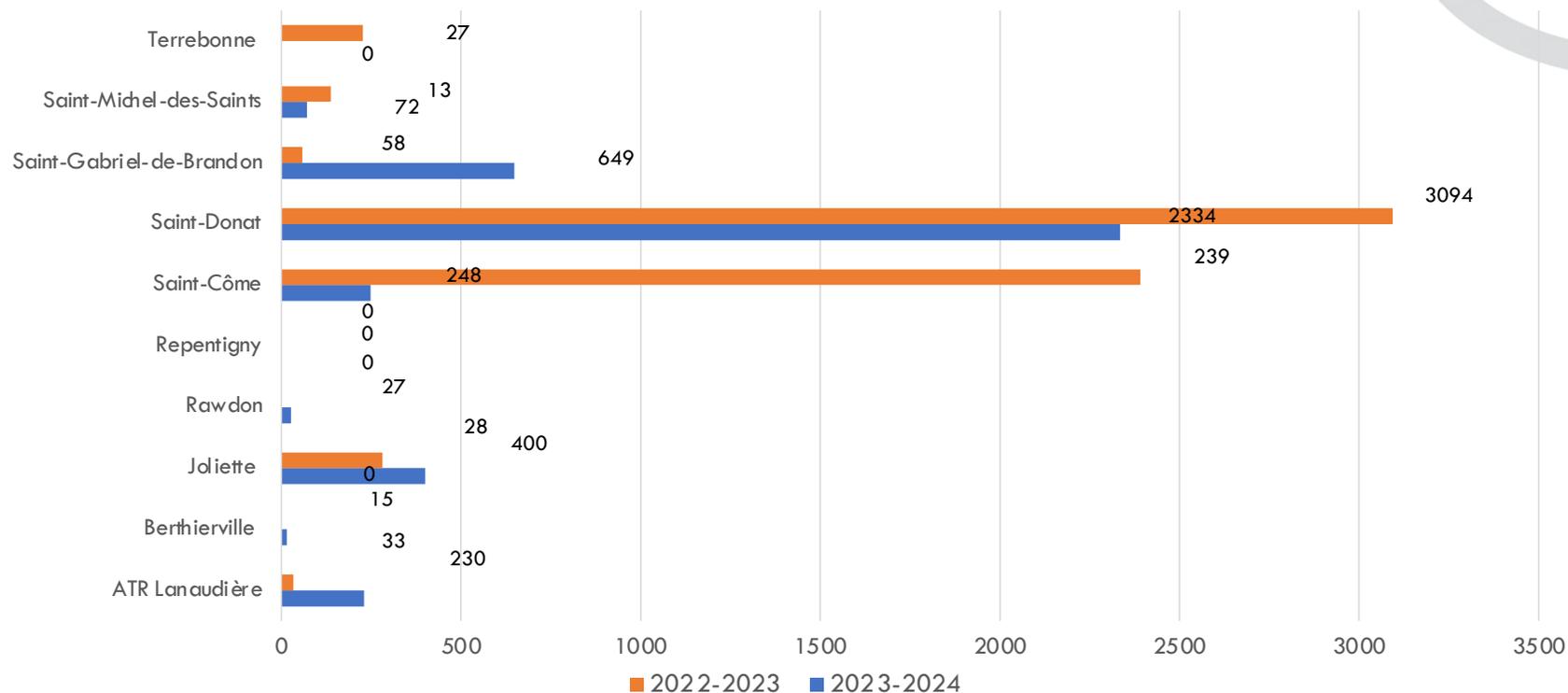
TOURISME  
LANAUDIÈRE

# ACHALANDAGE DES BUREAUX D'INFORMATION TOURISTIQUE

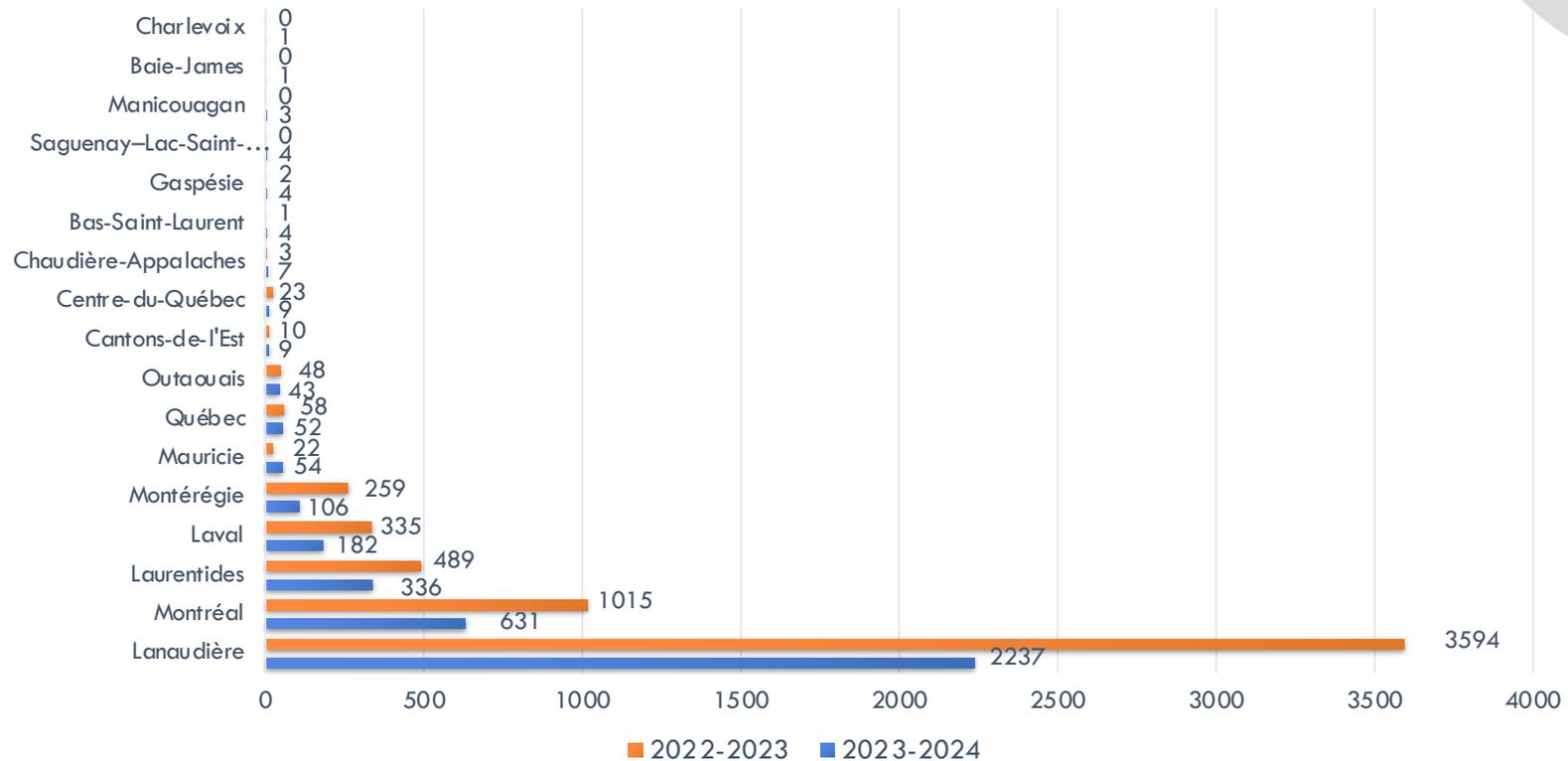
Comparaison de l'achalandage dans les bureaux d'information touristique :  
Hiver 2022-2023 et 2023-2024



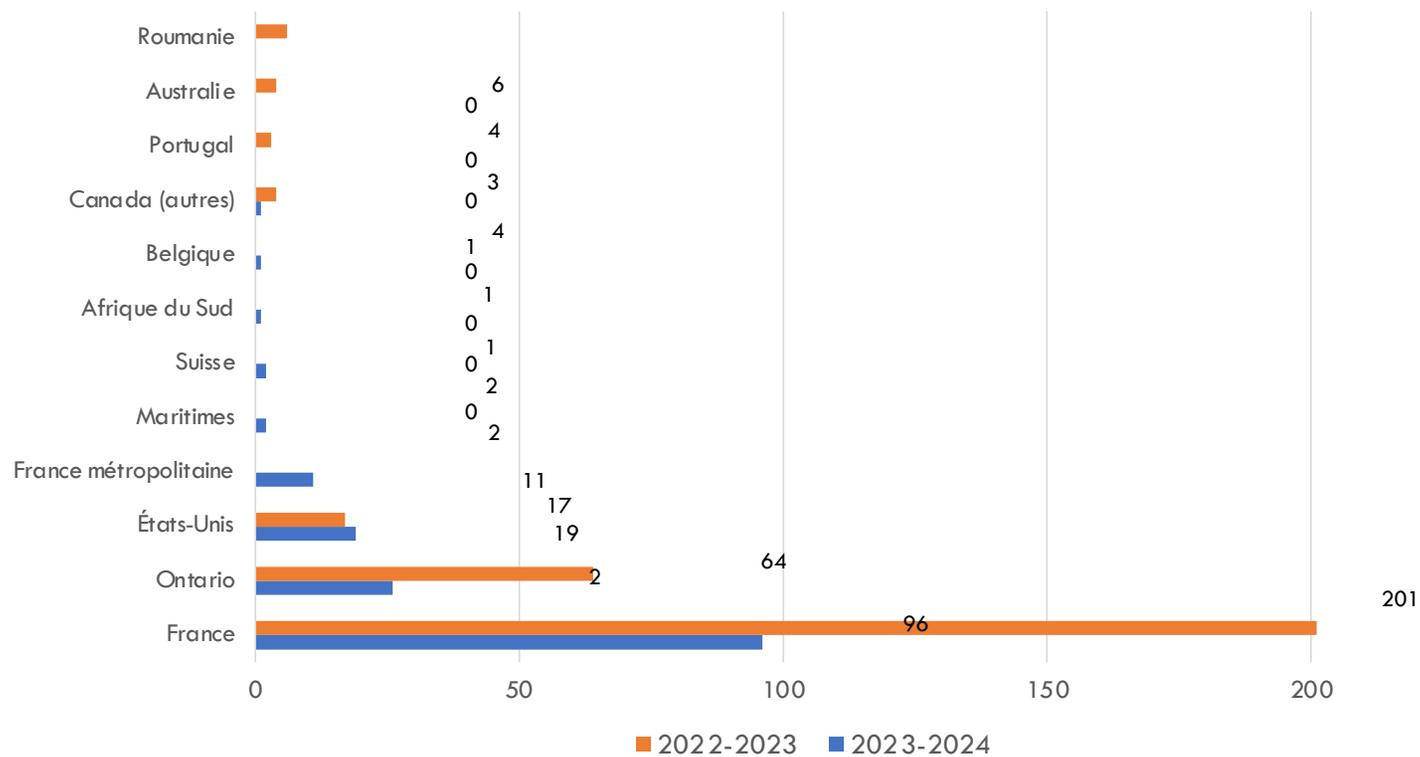
# TOTAL DES VISITEURS PAR BUREAU D'INFORMATION TOURISTIQUE



# PROVENANCE DE LA CLIENTÈLE QUÉBÉCOISE DANS LES LIEUX D'ACCUEIL



# PROVENANCE DE LA CLIENTÈLE HORS-QUÉBEC DANS LES LIEUX D'ACCUEIL



# COMPARAISON : HIVER 2022-2023 ET 2023-2024

Provenance de la clientèle : 2022-2023	Nombre de visiteurs : 2022-2023
Québec	5862
Hors-Québec	299
Provenance inconnue	61
Provenance de la clientèle : 2023-2024	Nombre de visiteurs : 2023-2024
Québec	3683
Hors-Québec	267
Provenance inconnue	106





**Merci!**

Tourisme   
Lanaudière