



Lanaudière

RAPPROCHEZ-VOUS

RAPPORT ANNUEL 2023



01. MOT DE LA PRÉSIDENTE ET DU DIRECTEUR GÉNÉRAL	05
02. RAPPEL - PLAN DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DE LANAUDIÈRE 2020-2030	06
03. VIE ASSOCIATIVE	07
3.1 Assemblée générale annuelle	07
3.2 Conseil d'administration	07
3.3 Table d'orientation	08
3.4 Comités de travail permanents du CA	09
3.5 Comité de la taxe sur les nuitées (Loi 76)	10
04. REPRÉSENTATIONS CORPORATIVES ET RELATIONS PUBLIQUES	11
05. LES PRINCIPAUX MANDATS DE TOURISME LANAUDIÈRE	12
06. LE DÉVELOPPEMENT ET LA STRUCTURATION DE L'OFFRE	13
6.1 Plan Montagnes	13
6.2 Résidences de tourisme	13
6.3 Secteur hôtelier	14
6.4 Tourisme responsable et durable	14
6.5 Main-d'œuvre en tourisme	15
6.6 Mobilité durable	17
6.7 Accompagnement au démarrage	18
6.8 Entente de partenariat régionale et de transformation numérique en tourisme 2022 - 2025 (EPRTNT)	19

07. LE MARKETING ET LA COMMERCIALISATION	20
7.1 Évolution de la structure de promotion	20
7.2 Poursuite et évolution des campagnes de notoriétés de Lanaudière	20
7.3 Lanaudiere.ca : une plateforme web aux multiples possibilités	21
7.4 Planification stratégique du Chemin du Roy	21
7.5 Lanaudière-Mauricie, le Québec Authentique (plan marketing international)	22
7.6 Salons consommateurs et professionnels du voyage (clientèles hors Québec)	23
7.7 Les actions de promotion de Tourisme Lanaudière	24
7.8 Les comités de produits	27
7.9 Médias sociaux	28
7.10 Achalandage du site web www.lanaudiere.ca	28
7.11 Mesures de performance pour valider le succès des campagnes	29
08. LES COMMUNICATIONS ET LES RELATIONS PUBLIQUES	30
8.1 Bulletin d'information Lanautourisme	30
8.2 Infolettres à la clientèle	30
8.3 Bourses des médias	30
8.4 Conférences de presse	30
8.5 Communiqués de presse	31
8.6 Tournées de presse Intra-Québec	31
8.7 Tournées de presse marché hors Québec concernant Lanaudière et la Mauricie	32
8.8 Présence dans les médias et demandes de presse	32

09. L'ACCUEIL ET LES SERVICES AUX MEMBRES	33
9.1 Halte Point-du-Jour	33
9.2 Projet de bornes d'accueil	34
9.3 Outil d'accueil commun	34
9.4 Coordination des lieux d'accueil	34
9.5 Comité régional d'accueil	35
9.5 Formations des préposés à l'accueil	35
9.6 Signalisation touristique	35
9.7 Adhésion des membres	35
10. L'administration de l'organisation	36
10.1 Ressources humaines	36
11. Principaux indicateurs de performance	39
11.1 Hébergement	39
11.2 Attraites – hiver 2023	40
11.3 Attraites – printemps – été - automne 2022	41
11.4 Main-d'œuvre	42
12. Documents complémentaires	43

Ce fut une année riche d'évolution pour Tourisme Lanaudière, qui en 2023, a multiplié ses partenariats, démarré de nouveaux chantiers, et poursuivi la consolidation d'une équipe de professionnels dédiée à notre industrie.

Dès l'adoption du [Plan de développement touristique de Lanaudière horizon 2030 : osons le tourisme de demain](#), à l'automne 2022, des plans d'action et des budgets pour 2023 ont été préparés afin de mettre en œuvre plusieurs actions visant l'atteinte des objectifs propres à ce plan ambitieux.

En plus d'assurer la reconduction des nombreuses actions annuelles en accueil, en promotion et en support aux entreprises, plusieurs nouveaux chantiers ont donc été entrepris.

MARKETING

- Octroi d'un mandat visant à faire évoluer les concepts promotionnels de notoriété et les façons de faire en matière de partenariat promotionnel avec nos membres ;
- Production de nouveau matériel visuel en lien avec les nouvelles approches retenues ;
- Mise en place d'un programme de rabais au client sur les excursions guidées, avec transport offert par des agences, afin de favoriser la mobilité durable.

ACCUEIL ET INFORMATION

- Élaboration du projet « information touristique nomade », visant à implanter des services d'information touristique sans personnel dans des lieux stratégiques ;
- Mise en œuvre du processus de recertification entourant le programme de formation « Expert Lanaudière » ;
- Édition d'une version allégée du guide touristique régional.

DÉVELOPPEMENT ET STRUCTURATION DE L'OFFRE

- Mise en œuvre du Plan Montagnes, notamment par l'embauche d'un agent de concertation et chargé de projet, et l'enclenchement des mécanismes de concertation menant à des actions concrètes en lien avec des objectifs de développement durable ;
- Embauche d'une ressource dédiée aux conseils en tourisme responsable et durable ;
- Lancement de l'entente de partenariat régional et de transformation numérique en tourisme, avec le ministère du Tourisme et les 6 MRC du territoire, afin de doter la région d'un fonds triennal de plus de 3 M\$;
- Élaboration de concepts ayant comme objectif la croissance du tourisme à caractère culturel et patrimonial sur notre territoire.

MAIN-D'ŒUVRE

- Mise en place d'actions spécifiques à la valorisation et au recrutement de main-d'œuvre pour nos entreprises, affectées par la pénurie d'employés ;
- Participation à deux projets pilotes nationaux : partage des ressources humaines en tourisme et semaine du tourisme.

ACQUISITION

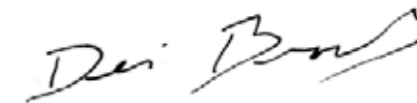
- Participation à une démarche conjointe avec 3 autres ATR et l'Université du Québec à Chicoutimi, afin de doter la région d'outils et d'indicateurs en matière de tourisme durable ;
- Test de nouvelles technologies numériques permettant de mesurer et de qualifier les clientèles touristiques circulant sur notre territoire.

En 2023, Tourisme Lanaudière a résolument revu son approche afin que le tourisme soit non seulement un outil de développement économique, mais aussi un générateur de vitalité sociale et un vecteur d'évolution en matière de bonnes pratiques environnementales.

Rappelons finalement que rien de ceci ne serait possible sans la confiance accordée à notre organisation par nos membres et nos partenaires. Nous vous en sommes extrêmement reconnaissants.



Agathe Sauriol, Présidente



Denis Brochu, Directeur général

02. RAPPEL -PLAN DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUES DE LANAUDIÈRE 2020-2030

Mise en œuvre du Plan de développement touristique de Lanaudière horizon 2030 : Osons le tourisme de demain! (PDTL_H30)

Le plan d'action 2023 ayant été adopté tout de suite après la finalisation du PDTL_H30, plusieurs nouvelles stratégies et de nouveaux chantiers ont été entrepris en 2023. De plus, des budgets supplémentaires ont été octroyés afin de réaliser les projets qui en ont découlé.

PARMI LES ACTIONS EN DÉVELOPPEMENT ET EN STRUCTURATION DÉCOULANT SPÉCIFIQUEMENT DU PDTL_H30, NOTONS LES SUIVANTES :

Actions spécifiques afin de faciliter l'intégration de la culture dans l'offre touristique lanaudoise;

Actions liées aux ressources humaines
(projet pilote, partage de ressources, participation à la semaine du tourisme);

Étude concernant les potentiels régionaux en matière d'hôtellerie,
du développement d'outils d'accompagnement en matière de tourisme responsable et durable;

Mise en place de structures de concertation dans les zones de montagne.

RAPPEL DES TROIS AXES PRINCIPAUX DU PDTL_H30

1 Protéger et valoriser
nos racines.

Le tourisme comme protecteur et porte-voix de la culture et des joyaux naturels de Lanaudière.

2 Bonifier, connecter
nos atouts et déployer
le potentiel inexploité,
pour mieux mettre
de l'avant la diversité
du territoire.

Une collaboration réfléchie et structurée comme assise au déploiement de projets porteurs de sens.

3 Assurer la résilience
et la santé
des organisations.

L'humain, la connaissance et l'innovation au cœur de l'organisation responsable.



3.1 ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ANNUELLE

L'assemblée générale annuelle ordinaire a été tenue le 23 mai 2023. Quarante-quatre (44) délégués et membres ont participé à cette rencontre et ont profité de l'occasion pour élire cinq (5) administrateurs.

3.2 CONSEIL D'ADMINISTRATION

Six (6) assemblées ordinaires et quatre (4) assemblées spéciales du conseil d'administration ont eu lieu.

Principaux dossiers traités par le CA en 2023

- Validation d'ajout de deux nouvelles ressources en janvier 2023 : conseillère en tourisme responsable et durable, agent de concertation et chargé de projet Plan Montagnes ;
- Implantation des nouveaux comités du CA (audit, ressources humaines, éthiques, déontologie et gouvernance) ;
- Validation des recommandations pour de nombreux projets EPRTNT ;
- Adoption du nouveau programme « Lanaudière par bus » ;
- Validation d'une nouvelle entente de quatre (4) ans avec Développement économique Canada, pour le Plan Marketing international et le financement de ressources en tourisme responsable et durable ;
- Validation de plusieurs recommandations en lien avec les ressources humaines (mise à jour des grilles salariales, embauche de nouvelles ressources, etc.) ;
- Reconfirmation des positions concernant l'importance du projet de transformation d'un chemin forestier en route panoramique traversant le parc du Mont-Tremblant, entre Saint-Donat et Saint-Michel-des-Saints ;
- Partenariat en lien avec le tournage du film sur la vie de Gilles Villeneuve.



CONSEIL D'ADMINISTRATION DE TOURISME LANAUDIÈRE

NOM	POSTE	ENTREPRISE
Agathe Sauriol	Présidente	Marché de Noël de l'Assomption
Linda Corbeil	Vice-Présidente	Chalets Lanaudière Rawdon
Catherine Rousseau	Secrétaire/trésorière	Hôtel Château Joliette
Michel Beaugard*	Administrateur	Récréotourisme Repentigny
Francis Bouwmeester*	Administrateur	Auberge du lac Taureau
Claude Christin	Administratrice	Festival de Lanaudière
Annabelle Fréchette	Administratrice	Chambre de commerce Brandon
Patricia Lebel	Administratrice	Ville de Mascouche
Éric Mercier	Administrateur	Flexia conseil
Caroline Parent	Administratrice	Diffusion Hector-Charland
Monique Smismans	Administratrice	Auberge le Cheval Bleu

* Absent sur la photo

3.3 TABLE D'ORIENTATION

Deux (2) assemblées ordinaires de la table d'orientation régionale ont été tenues.

- En février, les membres de la Table d'orientation ont été consultés dans le cadre de la démarche visant l'évolution des concepts publicitaires. Leur implication a aussi permis de connaître les attentes des membres qu'ils représentent en matière de services d'accompagnement en tourisme responsable et durable.
- En novembre, les membres de la Table ont pu valider, en primeur, les concepts publicitaires retenus qui entreront en vigueur au printemps 2024. Ils ont aussi pris connaissance des concepts envisagés pour mettre de l'avant la culture, incluant le patrimoine matériel et immatériel ainsi que l'étude sur le potentiel en hébergement hôtelier.



TABLE D'ORIENTATION ¹ DE TOURISME LANAUDIÈRE 2022-2024	
REPRÉSENTANT(E)S EN 2023-2024	TERRITOIRES REPRÉSENTÉS
Alain Belhumeur Philippe Cyr-Pelletier	MRC de D'Autray
Corinne Gendron Claudéric Provost	MRC Les Moulins
Vacant Manon Fortin	MRC de L'Assomption
Joanne Dubois / Michèle Goyette Luc Beauséjour	MRC de Joliette
Benoît Gagné Joanna Barnowski David Lapointe	MRC de Matawinie
Steve Maillette Éliane Neveu	MRC de Montcalm
Patrick Moar / Debby Flamand	Manawan
Patrick Massé Pierre-Olivier Marcil Pol Brisset	Catégorie libre

3.4 COMITÉS DE TRAVAIL PERMANENTS DU CA

Suivant l'entente 2022–2026 déposée par le ministère du Tourisme obligeant la mise en place des comités permanents au sein du CA, avant le 31 mars 2023, les administrateurs ont profité d'une première année afin d'appliquer les plans de travail de chaque comité, déposés en 2022. Les trois comités formés de membres du CA se sont réunis à 14 reprises afin de formuler leurs recommandations au CA.

Membres *	
Michel Beauregard	Éthique, déontologie et gouvernance (3)
Annabelle Fréchette	
Caroline Parent	
Agathe Sauriol	
Patricia Lebel	Ressources Humaines (3)
Francis Bouwmeester	
Linda Corbeil	
Agathe Sauriol	
Monique Smismans	Audit (3)
Catherine Rousseau	
Jean-Francois Bélisle (fin de mandat)	
Éric Mercier (membre externe)	
Agathe Sauriol	

*La présidente peut siéger d'office sur tous les comités



03. VIE ASSOCIATIVE...suite

3.5 COMITÉ DE LA TAXE SUR LES NUITÉES (LOI 76)

Le comité de gestion de la taxe sur l'hébergement touristique a traité lors des trois (3) rencontres annuelles les dossiers suivants :

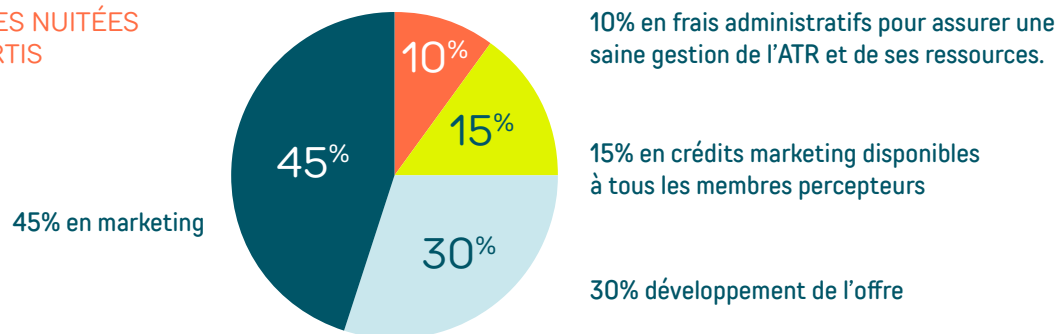
- Validation des montants investis par l'entremise de la taxe sur les nuitées ; en matière de marketing, accueil, structuration et développement de l'offre ;
- Analyse et conseils concernant les différents plans d'action ;
- Analyse des recommandations des études suivantes : résidences de tourisme, hôtellerie ;
- Recommandations visant l'utilisation des revenus de la taxe en 2023.

Au cours de l'année 2023, une somme nette de 3 083 889 \$ a été perçue via la taxe sur les nuitées ; une croissance de 13,4% par rapport à 2022 (72,5 % par rapport à 2019).

Cette excellente performance peut être expliquée par différents facteurs :

- Excellente performance de l'hébergement en tourisme d'agrément à tous les trimestres, en hôtellerie et en résidences de tourisme ;
- Reprise du tourisme d'affaires ;
- Poursuite de la croissance du nombre total de résidences de tourisme accréditées ;
- Croissance des coûts par unité.

EN 2023, LES REVENUS DE TAXE SUR LES NUITÉES ÉTAIENT RÉPARTIS COMME SUIT :



Rappelons-nous que par précaution, les budgets d'utilisation de la taxe ont été conservateurs en 2021 et 2022, permettant ainsi d'accumuler des surplus. Ces surplus ont permis de mettre en place, dès 2023, de nouveaux chantiers en lien avec la planification stratégique régionale horizon 2030.



NOMS	REPRÉSENTATION	MRC
Monique Smismans	Hôtellerie 5 unités et -	Matawinie
Jonathan Salvat	Hôtellerie 6 à 39 unités	Matawinie
Catherine Rousseau	Hôtellerie 40 unités et +	Joliette
Léa Sun	Hôtellerie	Matawinie
Ffancis Bouwmeester	Hôtellerie	Matawinie
Vacant	Hôtellerie	
Corinne Ratelle-Valade	Résidence de Tourisme	Matawinie
Jeremy Kohl	Résidences de tourisme 4 unités et -	Matawinie
Linda Corbeil	Résidence de tourisme 5 unités et +	Matawinie
Steve Maillette	Hébergement d'expérience	Montcalm
Vacant	Pourvoiries	

* Si une MRC n'est pas représentée, un appel de candidature sera effectué dans les MRC Concernées

Tourisme Lanaudière a été représentée au sein de plusieurs conseils d'administration, comités et rencontres par sa présidente, ses administrateurs, directeurs ou employés, afin de favoriser le développement touristique territorial ou sectoriel, notamment l'agrotourisme, l'exploitation forestière, les lieux d'accueil, les pourvoiries, etc. Ils ont aussi été impliqués dans de nombreuses démarches nationales liées à la cohésion de l'industrie touristique et aux actions collectives de mise en marché international.

- **Alliance de l'Industrie touristique du Québec (AITQ) :**

- Conseil d'administration et comités du CA;
- Table des régions;
- Conférence des directeurs généraux et comité cohésion;
- Comité tourisme responsable et durable;
- Table des directeurs marketing;
- Table du développement;
- Table de développement durable.

- **Table d'harmonisation du parc du Mont-Tremblant;**

- **Lanaudière Économique;**

- **Société de développement des parcs de la Matawinie (SDPRM);**

- **Coopérative de destination « Bonjour Nature »;**

- **Comité stratégie de rayonnement régional (collaboration avec la Table des préfets et Lanaudière Économique);**

- **Chantier de co-construction sur l'enjeu de main-d'œuvre, piloté par la Table des préfets de Lanaudière;**

- **Table Immigration Matawinie ;**

- **Comité de développement touristique de D'Autray;**

- **Conseil québécois des ressources humaines en tourisme;**

- **Table festivals et événements;**

- **Assises du Tourisme;**

- **Chambres de commerces;**

- **Lancements, conférences de presses et événements corporatifs.**



05. LES PRINCIPAUX MANDATS DE TOURISME LANAUDIÈRE

LES PRINCIPAUX MANDATS DE TOURISME LANAUDIÈRE SONT LES SUIVANTS :

Le développement et la structuration de l'offre;

Le marketing et la commercialisation;

Les communications et les relations publiques;

L'accueil et le service aux membres;

L'administration de l'organisation.



06. LE DÉVELOPPEMENT ET LA STRUCTURATION DE L'OFFRE

6.1 PLAN MONTAGNES

Janvier 2023 marque l'amorce concrète du Plan Montagnes. À cet effet, sous la gouverne d'un comité directeur formé de représentants du ministère du Tourisme, du ministère des Affaires municipales et du ministère de l'Habitation, Tourisme Lanaudière procède à l'embauche d'un agent de concertation et chargé de projet, exclusivement dédié au Plan Montagnes. C'est ainsi que le 16 mars, à la station Ski Montcalm, se tient pour une toute première fois la rencontre du comité consultatif. Quarante-cinq (45) acteurs régionaux et sectoriels, représentant la zone des montagnes lanaudoises, identifient les éléments sur lesquels s'articulera la mise en œuvre du plan Montagnes, sur la base des six motivations de déplacement des visiteurs. Ces éléments sont :

- Étude sur la valeur économique et sociale des paysages et sa matrice décisionnelle ;
- Paniers gourmands mettant en valeur les produits régionaux ;
- Code d'éthique du visiteur ;
- Outil ludique numérique mettant en valeur le patrimoine culturel, matériel et immatériel.

De plus, l'automne a été marqué par une tournée à travers les sept pôles de la zone des montagnes. Ces rencontres avaient pour but d'identifier, en collaboration avec les acteurs locaux, des projets ciblés ou des thématiques spécifiques qui permettront d'orienter et d'atteindre la concertation locale désirée.

6.2 RÉSIDENCES DE TOURISME

Afin de poursuivre la réalisation des actions découlant des recommandations formulées en 2021 dans l'Étude sur le secteur des résidences de tourisme dans Lanaudière, Tourisme Lanaudière renouvelle en 2023 le mandat de M. Benoit Rivest, d'Amiral services conseil dans le but d'assurer la concertation régionale du secteur des résidences de tourisme. Le mandataire a coordonné l'animation de deux rencontres pour les groupes suivants :

- Le comité consultatif des propriétaires de résidences de tourisme ;
- La Table d'échange des acteurs municipaux (en lien avec la réglementation municipale en matière de résidences de tourisme).

C'est grâce à la collaboration active de ces comités que Tourisme Lanaudière a lancé officiellement en juillet dernier le Guide de bonnes pratiques pour les résidences de tourisme de Lanaudière. Disponible en ligne gratuitement, cet outil pratique vient supporter les gestionnaires actuels et contribuera à professionnaliser ce secteur en pleine croissance.



06. LE DÉVELOPPEMENT ET LA STRUCTURATION DE L'OFFRE...suite

6.3 SECTEUR HÔTELIER

Une vaste étude a été réalisée par Benoit Sirard, de Gestion GuruH inc. afin de dresser un état des lieux de l'hôtellerie dans Lanaudière. La démarche a permis d'identifier, pour chacun des pôles du territoire, les opportunités d'affaires qui pourraient permettre à la région de se doter de 1000 à 2000 unités supplémentaires au cours des cinq prochaines années.



6.4 TOURISME RESPONSABLE ET DURABLE

L'arrivée d'une ressource dédiée à ce volet a permis la création d'un plan d'actions et d'une politique afin d'accompagner les organisations et les entreprises touristiques de Lanaudière dans leur démarche en tourisme responsable et durable. Des outils ont été élaborés, leur permettant d'obtenir un diagnostic et de se doter, de façon autonome, d'actions concrètes pour les réaliser. Plus de 30 entrepreneurs ont pu participer à ce projet pilote et ont été accompagnés en 2023.

L'expertise développée a ensuite été partagée avec les responsables du tourisme durable d'autres associations touristiques régionales afin d'utiliser ces outils auprès de leurs membres. L'objectif étant d'optimiser les outils et d'offrir une boîte à outils commune.

Débutée en 2023, en collaboration avec l'Université du Québec à Chicoutimi, une étude permettra d'obtenir un diagnostic régional et la mise en place d'indicateurs de performance en tourisme durable. Ce partenariat permettra de prioriser les cibles ainsi que la construction d'un indicateur de GES qui pourra être utilisé par les entreprises du secteur touristique. Quinze (15) entreprises lanaudoises collaborent à ce projet.

Un comité interne des employés de Tourisme Lanaudière en développement durable a été créé. Ce dernier a proposé une politique interne en développement durable ainsi qu'un plan d'action qui sera déposé au CA.



6.5 MAIN-D'ŒUVRE EN TOURISME

Le plan d'action pour la valorisation de la main-d'œuvre en tourisme a identifié 5 actions/projets sur lesquels l'équipe de développement a travaillé en 2023

EXPERT LANAUDIÈRE

Formation

Expert Lanaudière a accueilli 85 nouveaux participants qui se sont inscrits au cours de la dernière année. De ce nombre, 54 personnes étaient en cours de complétion et 31 participants avaient complété la certification avec succès. Le nombre d'Experts Lanaudière se chiffre à 125 personnes depuis sa création.

De plus, le processus d'inscription ainsi que le suivi de la certification auprès des participants ont été revus et améliorés au cours de l'année. À ce titre, il est maintenant possible pour une organisation de faire des inscriptions groupées. Nous avons également mis en place une procédure de révision annuelle du contenu afin de nous assurer que la formation reflète l'offre touristique en constante évolution.

Diffusion

Des actions de communication sur les médias sociaux ont été conçues pour mettre en lumière les experts et les ambassadeurs de notre région, sous forme de portraits de ces experts.

CARTES AVANTAGES

D'abord porté conjointement par Tourisme Laval, Tourisme Charlevoix et Tourisme Lanaudière, le projet Carte Avantages — Privilèges pour les pros du tourisme s'est étendu, en 2023, à l'échelle provinciale. Rappelons que la Carte Avantages est un programme qui vise à attirer et à fidéliser des employés de l'industrie touristique, à générer des visites et des revenus, et à transformer ces précieux collaborateurs en ambassadeurs du territoire. Au terme de cette année, 33 entreprises lanaudoises ont proposé 45 offres différentes à travers notre territoire, et ce, au bénéfice des employés de notre industrie.

PROJET PILOTE PARTAGE DE MAIN-D'ŒUVRE

Supporté essentiellement par le Conseil québécois des Ressources humaines en Tourisme (CQRHT), Tourisme Lanaudière a collaboré à l'implantation d'une nouvelle plateforme permettant le partage des ressources humaines entre différentes entreprises. En sollicitant la participation de six entreprises lanaudoises dans la phase préliminaire du projet, ces tests technologiques auront permis au CQRHT de lancer, en 2024, une phase II dans l'ensemble de l'industrie à l'échelle nationale. Dans un contexte de pénurie de main-d'œuvre, cette plateforme de partage de main-d'œuvre vise à permettre aux travailleurs touristiques de proposer leurs services à plus d'un employeur, afin de faire face, notamment, aux défis reliés à la saisonnalité.

PORTES OUVERTES SUR LE TOURISME

Du 3 au 6 mai 2023, près de 80 entreprises touristiques de la province, dont 3 de la région de Lanaudière, se sont mobilisées simultanément pour stimuler le recrutement et valoriser les emplois dans l'industrie, pour ainsi faire face aux enjeux de main-d'œuvre. Tourisme Lanaudière a collaboré activement dans le recrutement des entreprises et la diffusion de l'événement auprès des bassins régionaux.



06. LE DÉVELOPPEMENT ET LA STRUCTURATION DE L'OFFRE...suite

MAIN-D'ŒUVRE EN TOURISME...SUITE

INTÉGRATION DE L'HISTOIRE, DU PATRIMOINE ET DE LA CULTURE DANS L'OFFRE TOURISTIQUE RÉGIONALE

Dans la foulée des recommandations formulées, l'Étude sur la structuration du tourisme culturel déposée en 2022 par la firme IDRSM, Culture Lanaudière et Tourisme Lanaudière ont mandaté la firme Touriscope afin de concevoir une trame et de proposer des concepts permettant de mettre en valeur le patrimoine matériel et immatériel de la région. Ainsi, leur plan était de trouver le fil conducteur pour susciter les déplacements des visiteurs à travers la région par le biais de la culture et du patrimoine matériel et immatériel.

Pour arriver à mettre en œuvre ce plan très ambitieux proposé par Touriscope, Culture Lanaudière et Tourisme Lanaudière ont ensuite retenu les services de Marie-Ève Dion, muséologue et consultante, afin d'élaborer un concept simplifié : Parcours de voyageur.

Le concept révisé fera circuler les visiteurs à travers l'histoire et le patrimoine de la région, à partir de la trame forte des rivières, caractérisant si bien le territoire lanauois.

Parcours de voyageur a été présenté aux acteurs culturels ainsi qu'aux acteurs municipaux afin de solliciter leur implication subséquente dans la mise en œuvre de ce projet d'envergure. Le projet est maintenant à l'étape du plan d'affaires et du financement.



TABLE DES FESTIVALS ET ÉVÉNEMENTS DE LANAUDIÈRE

Mise en place en 2021, cette Table est menée par un représentant de Tourisme Lanaudière en collaboration avec un membre bénévole. En 2023, deux rencontres ont eu lieu. La participation croissante et animée des acteurs lors de ces rendez-vous nous incite à revoir la formule qui sera proposée en 2024, afin de permettre à tous les participants d'enrichir les échanges et de faciliter le partage de bonnes pratiques.



6.6 MOBILITÉ DURABLE

Coopérative Bonjour Nature

Un support particulier a été offert tout au long de l'année à cette agence de voyages coopérative unique en son genre, dédiée à la région touristique de Lanaudière. Tourisme Lanaudière soutient la coordonnatrice de cette jeune coopérative qui pousse afin d'aider cette entreprise d'ici à intégrer le réseau de distribution en tourisme, et ainsi, rejoindre de nouvelles clientèles. En 2023, les excursions guidées en bus ont été relancées et ont obtenu un bon succès.



Programme Lanaudière en bus

Afin de favoriser le transport collectif vers nos offres touristiques, Tourisme Lanaudière a mis en place un tout nouveau programme permettant de subventionner 25 % des coûts des excursions offertes par des agences de voyages agréées, lorsqu'elles sont effectuées par transport collectif.

Une seule agence, la Coopérative Bonjour Nature, a su profiter de plus de 10 980 \$ leur permettant d'offrir 204 forfaits vendus à rabais (16 forfaits différents offerts).



Projet pilote, covoiturage TaxyMatch

Grâce à un programme financé par le ministère du Tourisme et pris en charge par le MTLab, la région de Lanaudière a pu contribuer au co-développement d'un service de co-voiturage touristique. À l'hiver 2023-2024, TaxyMatch a ainsi offert une solution permettant aux automobilistes et aux individus à la recherche de transport de se retrouver en mode co-voiturage, vers six destinations à l'essai soit : nos quatre grandes stations de ski alpin, le Parc du mont Tremblant secteur Pimbina et les Glissades de Saint-Jean-de-Matha. Les tests de l'hiver 2023-2024 seront bientôt évalués afin de déterminer les suites à donner à ce projet-pilote.



06. LE DÉVELOPPEMENT ET LA STRUCTURATION DE L'OFFRE...suite

6.7 ACCOMPAGNEMENT AU DÉMARRAGE

Le support et l'accompagnement au démarrage de projets a animé et occupé l'équipe de services aux entreprises de Tourisme Lanaudière tout au long de l'année 2023, suscitant, par le fait même, la précieuse collaboration des partenaires locaux et sectoriels.

Type de projets	Nombre total	En attentes	En cours de démarrage
Entreprise privée	28	2	26
Entreprise publique ou OBNL	3	s.o.	3
Structuration de l'offre	2	1	1



6.8 ENTENTE DE PARTENARIAT RÉGIONALE ET DE TRANSFORMATION NUMÉRIQUE EN TOURISME 2022 - 2025 (EPRTNT)

Le 25 mai 2022, Tourisme Lanaudière signait une nouvelle entente de partenariat régional et de transformation numérique en tourisme, avec le ministère du Tourisme du Québec. Au cours de l'automne 2022, les six MRC de Lanaudière, regroupées par la Table des préfets de Lanaudière, acceptaient également de contribuer à cette entente. Cette entente sur trois ans dote la région d'un fonds de plus de 3 M\$, dans le but de renouveler et de bonifier l'offre touristique de Lanaudière, en fonction du cadre d'intervention 2021-2025 du ministère du Tourisme, du Plan d'action pour un tourisme responsable et durable 2020-2025 du ministère du Tourisme, et des priorités touristiques régionales de l'ATR.

Bailleurs de fonds	Total
Ministère du Tourisme	1 287 000 \$
Tourisme Lanaudière	900 000 \$
MRC Les Moulins	150 000 \$
MRC de Matawinie	150 000 \$
MRC de D'Autray	150 000 \$
MRC de Montcalm	150 000 \$
MRC Joliette	150 000 \$
MRC de L'Assomption	150 000 \$
GRAND TOTAL	3 087 000 \$

Depuis le début de l'entente, quatre appels de projets ont été lancés; trois ont été complétés, tandis que le quatrième était en cours en fin d'année 2023.

Tableau des projets financés en 2023

EPRTNT – RÉPARTITION PAR VOLET, PROJETS FINANCÉS EN 2023					
Catégorie et nombre de projets financés	9 février 2023	16 juin 2023	22 novembre 2023	Total	%
Attraits, activités, équipements 10 projets	170 200 \$	260 373 \$	s. o.	430 573 \$	25 %
Études et services-conseils 6 projets	37 591 \$	57 012 \$	s. o.	94 603 \$	6 %
Hébergement 9 projets	360 000 \$	127 896 \$	s. o.	487 896 \$	28 %
Festivals et événements 28 projets	128 000 \$	151 105 \$	72 000 \$	351 105 \$	20 %
Développement numérique 4 entreprises	26 172 \$	339 747 \$	s. o.	365 919 \$	21 %
TOTAUX	721 963 \$	936 133 \$	72 000 \$	1 730 096 \$	100 %

7.1 ÉVOLUTION DE LA STRUCTURE DE PROMOTION

En 2023, Tourisme Lanaudière a travaillé à faire évoluer sa structure de mise en marché de la région touristique, de l'offre, et de diverses stratégies de promotion, tout en conservant une perspective de relance des partenariats promotionnels avec ses membres et ses partenaires, et en prenant en compte les grands principes établis au « Plan de développement touristique, horizon 2030 » : les attentes et les besoins des entreprises touristiques et leur intérêt à investir en partenariat avec Tourisme Lanaudière, selon les profils des clientèles cibles.

7.2 POURSUITE ET ÉVOLUTION DES CAMPAGNES DE NOTORIÉTÉS DE LANAUDIÈRE

En 2023, Tourisme Lanaudière a poursuivi son importante campagne de notoriété. Sous l'angle « Cet été/hiver, partagez des moments mémorables », cette campagne, diffusée dans des médias de masse, mettait l'humain au cœur du message et invitait au partage et aux retrouvailles.

Tourisme Lanaudière a également travaillé l'évolution des concepts publicitaires qui guideront la production de nouveaux messages de notoriété adaptés à différents médias, et ce, pour les trois prochaines années. Ce concept sera lancé au printemps 2024.

Tourisme Lanaudière a aussi participé activement à la poursuite de la stratégie de rayonnement régional. Mise de l'avant conjointement par la Table des préfets, Lanaudière Économique et Tourisme Lanaudière, cette campagne multisectorielle vise à séduire les résidents du grand Montréal, et les intéresser à notre région, tout en contribuant au sentiment d'appartenance des lanaudois.



07. LE MARKETING ET LA COMMERCIALISATION...suite

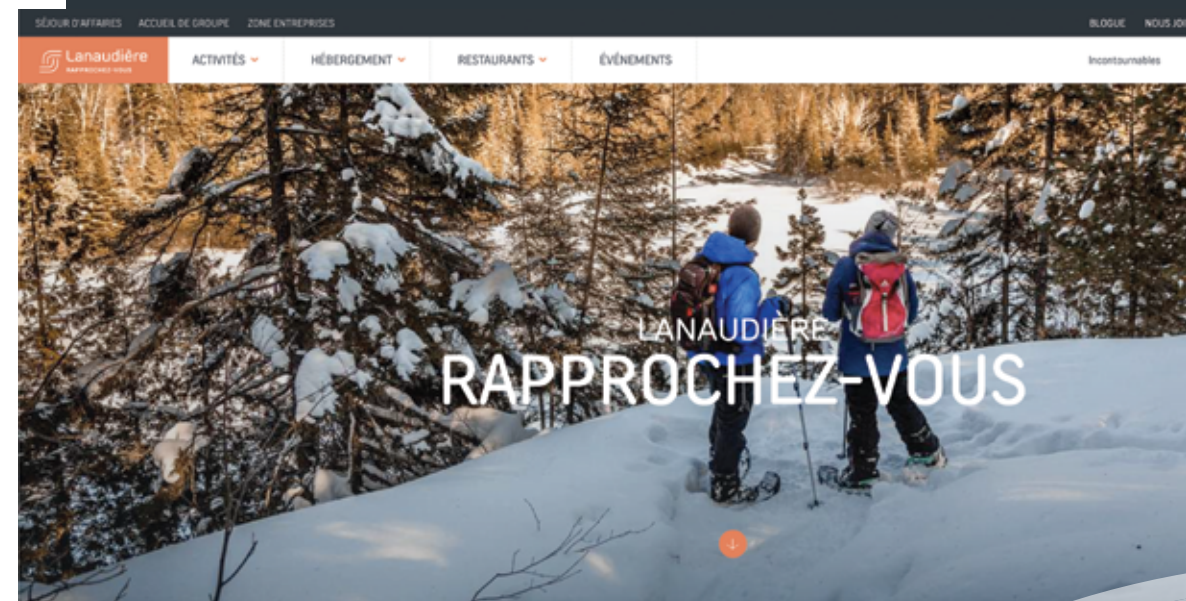
7.3 LANAUDIÈRE.CA : UNE PLATEFORME WEB AUX MULTIPLES POSSIBILITÉS

L'année 2023 a été marquée par la création de nouveaux contenus et la mise à jour de sections spécifiques sur le site Web. Des sections telles que « Quoi faire actuellement », « Forfaits Explore Québec sur la route » et « Offres et forfaits » ont été maintenues et mises à jour afin d'outiller les clientèles et aider les entreprises à obtenir les meilleurs résultats possibles.

En 2023, Tourisme Lanaudière a également maintenu une subvention de Google, qui permet d'accroître sa visibilité dans les moteurs de recherche. Cette subvention a pu atteindre 74 847 \$ en 2023, et a permis d'augmenter la présence Web de l'ensemble des catégories de produits et de s'ajouter aux divers investissements promotionnels et aux campagnes marketing de l'organisation.

7.4 PLANIFICATION STRATÉGIQUE DU CHEMIN DU ROY

En 2023, Tourisme Lanaudière, Tourisme Mauricie et Destination Québec Cité ont donné un mandat à une ressource externe afin d'effectuer le pont entre les axes d'interventions priorisées au plan stratégique 2022-2025, et réaliser un plan d'action sur trois ans, concret et concerté, pour assurer le renouvellement de l'expérience du Chemin du Roy. Suivant cette démarche, les trois régions ont convenu d'un plan d'action visant à relancer cette route touristique de renom.



07. LE MARKETING ET LA COMMERCIALISATION...suite

7.5 LANAUDIÈRE-MAURICIE, LE QUÉBEC AUTHENTIQUE (plan marketing international)

L'année 2023 a été d'une grande importance pour le développement du plan marketing international de Lanaudière — Mauricie, le Québec Authentique. Ce fut le point de départ du renouvellement du modèle d'affaires et la première année du déploiement du nouveau plan stratégique triennal. Plus de 60 acteurs des 2 régions y ont adhéré.

Une année riche en réalisations :

Développement de la nouvelle image de marque :
Lanaudière-Mauricie — Authentique au cœur du Québec;

Création d'un nouveau site internet : www.quebecauthentique.com/;

Accueil de la bourse Bienvenue Québec — plus de 400 représentants de l'industrie touristique présents à une rencontre en Mauricie et à Trois-Rivières.
Lanaudière — Mauricie était l'hôte de la soirée d'ouverture;

Élaboration de nouveaux outils :

- Formulaire d'évaluation de l'accueil d'un média;
- Rapport d'activité de commercialisation;
- Commandite sur les médias sociaux;
- Articles de blogue;
- Renouvellement de la banque d'images.

Plusieurs partenariats ont été conclus avec différents types d'entreprises du réseau de distribution, pour mettre de l'avant le QA et ses acteurs auprès, non seulement des consommateurs, mais aussi, des voyageurs œuvrant sur nos marchés prioritaires (Authentik Canada (B2C), Little Big Road (B2C), Néopol (B2C), Toundrigo (B2B)).



LANAUDIÈRE
MAURICIE

Authentique au cœur
du Québec

07. LE MARKETING ET LA COMMERCIALISATION...suite

7.6 SALONS CONSOMMATEURS ET PROFESSIONNELS DU VOYAGE (clientèles hors Québec)

Bourses et salons professionnels

Les bourses et les salons professionnels sont les activités majeures et incontournables pour la commercialisation et le positionnement de la destination touristique de Lanaudière et du Québec Authentique. Elles sont chapeautées par les institutions comme la Destination Canada, l'AITQ et Tourisme Québec. Sur la base de rendez-vous planifiés ou de rencontres individuelles se rencontrent les destinations québécoises et canadiennes, les médias, les journalistes spécialisés, les acheteurs, ainsi que les chefs de produit d'agences réceptives et les voyageurs de toutes provenances ayant un intérêt pour le Canada et le Québec.

- Participation à six événements B2B (189 voyageurs/agents de voyage rencontrés) et huit événements (118 médias rencontrés) provenant de huit marchés (Canada, États-Unis, France, Belgique, Suisse, Royaume-Uni, Pays-Bas et Allemagne);
- Accueil de onze tournées de familiarisation (96 clients) et de treize tournées de presse (28 médias);
- Formation de dix agents de vente dans les bureaux de Groupe Voyages Québec;
- Entrevue de dix minutes filmées et diffusées auprès des agents de voyage allemands;
- Enregistrement d'un webinaire de formation de dix minutes, disponible sur la plateforme du BDQ au RU.

Salons motoneige

La participation à deux salons (Québec et Ontario) sous la bannière « Pays de la motoneige Lanaudière — Mauricie »



7.7 LES ACTIONS DE PROMOTION DE TOURISME LANAUDIÈRE

L'année 2023 était une année de relance où les partenaires ont adhéré à nouveau à nos diverses stratégies. Ainsi, toutes les campagnes de promotion de Tourisme Lanaudière ont été réalisées pour mettre de l'avant nos entreprises régionales.

Voici le sommaire des actions réalisées

	Investissements directs	Partenaires
ACTIONS DE PROMOTION DIVERSES	80 997 \$	s. o.
<ul style="list-style-type: none"> • Production de matériel visuel; • Ajustements graphiques; • Prises de photos et de vidéos. 		
CHALETS, GÎTES ET CABANES	48 137 \$	s. o.
<ul style="list-style-type: none"> • Campagne de promotion Web et médias sociaux soutenant l'offre des petits hébergements (chalets, gîtes et hébergements alternatifs). 		
CHEMIN DU ROY (PARTENARIAT MAURICIE/QUÉBEC)	31 043 \$	s. o.
<ul style="list-style-type: none"> • Campagne de promotion Web et médias sociaux de l'offre Chemin du Roy, avec la Mauricie et Québec. 		
GOÛTEZ LANAUDIÈRE! CIRCUITS TOURISTIQUES GOURMANDS	30 486 \$	40
<ul style="list-style-type: none"> • Actions de promotion (création de contenus, médias sociaux et médias numériques); • Distribution d'une carte des circuits. 		

	Investissements directs	Partenaires
MOTOTOURISME CARNET MOTO	795 \$	S. O.
<ul style="list-style-type: none"> • Campagne de promotion Web, médias sociaux et infolettres de l'offre de mototourisme (8 régions). 		
CARTE QUAD	18 895 \$	14
<ul style="list-style-type: none"> • Production d'une carte bilingue des sentiers 2023-2024; • Mise à jour du site paysduquad.ca; • Maintien d'adhésion à la Route quad. 		
CYCLOTOURISME	11 241 \$	S. O.
<ul style="list-style-type: none"> • Bonification des circuits de vélo; • Campagne de promotion Web, médias sociaux des circuits de vélo; • Production de cartes imprimables des circuits de vélo. 		
CORPORATIF/MARCHÉ DE GROUPE	65 140 \$	12
<ul style="list-style-type: none"> • Reprise des actions de promotion numérique et médias ciblés; • Participation à quelques salons. 		

	Investissements directs	Partenaires
GUIDE TOURISTIQUE OFFICIEL 2022-2023	79 268 \$	15
<ul style="list-style-type: none"> • Production et distribution du guide touristique de la région; • Intégration du contenu sur lanaudiere.ca 		
PAYS DE LA MOTONEIGE LANAUDIÈRE-MAURICIE (PORTION LANAUDIÈRE)	88 752 \$	36
<ul style="list-style-type: none"> • Production et distribution d'une carte bilingue des sentiers; • Campagne de promotion Web, médias sociaux et infolettres de l'offre; • Participation à la campagne de motoneige de l'Alliance; • Participation à divers salons consommateurs. 		
TOURISME D'AGRÈMENT HIVER	168 450 \$	44
<ul style="list-style-type: none"> • Mise en valeur de l'offre des entreprises; • Actions de promotion grand public (médias Web, infolettres); • Actions médias sociaux (actualités commanditées, intégration nouveaux médias, blogue de Lanaudière); • Google Ad Grants; • Bannières en programmation; • Campagnes spécifiques par produit et par regroupement : les Marchés de Noël de Lanaudière, quatre centres de ski de Lanaudière, Destinations plein air, raquette et Explore Québec sur la route. 		

	Investissements directs	Partenaires
STRATÉGIES DE PROMOTION ESTIVALE ET AUTOMNALE	263 280 \$	77
<ul style="list-style-type: none"> • Mise en valeur de l'offre des entreprises; • Actions de promotion grand public (médias Web, infolettres); • Actions médias sociaux (actualités commanditées, intégration nouveaux médias, blogue Lanaudière); • Google Ad Grants; • Bannières en programmation; • Campagnes spécifiques par produit et regroupement : destinations plein air, destinations urbaines et Explore Québec sur la route. 		
PROMOTION DES PRODUITS MIS DE L'AVANT PAR DES AGENCES	39 763 \$	18
<ul style="list-style-type: none"> • Actions de promotion des forfaits destinés au marché québécois; • Mise en valeur de l'offre des entreprises; • Médias sociaux, infolettres, blogues, SEM, bannières en programmation. 		
NOTORIÉTÉ ÉTÉ	154 421 \$	S. O.
<ul style="list-style-type: none"> • Campagne publicitaire à la télévision, à la radio, en affichage et en diffusion Web et en médias sociaux. 		
NOTORIÉTÉ HIVER	110 505 \$	12
<ul style="list-style-type: none"> • Campagne publicitaire à la télévision, à la radio et en diffusion Web et en médias sociaux. 		

07. LE MARKETING ET LA COMMERCIALISATION...suite

	Investissements directs	Partenaires
POURVOIRIE	63 614 \$	18
<ul style="list-style-type: none"> • Actions de promotion (médias Web/médias sociaux); • Clientèle de pêcheurs amateurs et nouvelle clientèle pour des vacances multiactivités et pêche journalière; • Marché régional et de proximité. 		
RELATIONS DE PRESSE INTRA-QUÉBEC	5 423 \$	s. o.
<ul style="list-style-type: none"> • Accueil et encadrement de journalistes provenant du Québec; • Participation à des bourses médias. 		
SITE WEB LANAUDIÈRE.CA	139 320 \$	s. o.
<ul style="list-style-type: none"> • Développement et mise à niveau des différentes plateformes tout au long de l'année; • Optimisation SEO; • Cartographie Google; • Publicité Google Ad Grants ; • Toutes clientèles/tous marchés confondus. 		



7.8 LES COMITÉS DE PRODUITS

Tourisme Lanaudière a maintenu, tout au long de l'année, des activités avec quelques comités consultatifs à des fins de réseautage, de mise en commun d'idées et de validation des actions de mise en marché au bénéfice des secteurs d'intervention respectifs.

Comité ski alpin

Poursuite du partenariat regroupant quatre stations de ski lanaudoises, incluant des actions de promotion intégrées à la campagne d'agrément hiver, sans investissement des partenaires.



Comité Marchés de Noël

Poursuite du partenariat regroupant trois marchés de Noël, incluant des actions de promotion intégrées à la campagne d'agrément hiver.



Comité Destinations plein air

Poursuite du partenariat avec les six pôles du regroupement incluant des actions de promotion intégrées à la campagne d'agrément hiver et été.



Comité Destinations urbaines

Poursuite du partenariat avec Destinations urbaines, incluant des actions de promotion intégrées à la campagne d'agrément d'été.



7.9 MÉDIAS SOCIAUX

En 2023, l'équipe marketing a maintenu son engagement promotionnel sur les médias sociaux, renforçant sa présence sur diverses plateformes. Avec des avancées notables, elle a solidifié sa position de façon dynamique et constante dans le paysage numérique.

Une fois de plus, notre choix se porte vers Facebook comme plateforme phare pour mettre de l'avant la région. À la fin de l'année 2023, cette page comptait 77 330 abonnés, ce qui représente une croissance de 8,8 % par rapport à l'an passé. Cependant, il est important de noter que nos autres plateformes connaissent également une performance remarquable. Désormais, les médias sociaux constituent la principale voie d'accès à notre site Web. Nos abonnés se montrent très réactifs et participent activement à nos publications avec un enthousiasme contagieux.

Instagram poursuit son essor, entamé en 2022, affichant une croissance de 8,5 % par rapport à l'année précédente, et un taux d'engagement dépassant largement la moyenne de l'industrie. Cette plateforme s'avère idéale pour susciter l'envie et inciter les gens à découvrir la région dans toute sa splendeur. Le retour de notre célèbre concours « Calendrier de l'avent 100 % Lanaudois » a une fois de plus maintenu une présence marquée sur Instagram, avec un taux de participation sensiblement similaire à l'année précédente, démontrant ainsi sa popularité constante auprès de nos abonnés.

Lancé en mars 2022, notre compte TikTok a connu une croissance remarquable tout au long de l'année 2023. Certaines de nos vidéos ont même dépassé les 70 000 vues, représentant une augmentation spectaculaire de plus de 285 % par rapport à l'année précédente, passant ainsi le nombre d'abonnés de 500 à plus de 2 000. Forts de cette belle progression, nous prévoyons une activité encore plus soutenue sur cette plateforme en 2024.

LinkedIn a été une agréable surprise pour nous en 2023. Initialement peu actifs sur ce réseau social, se limitant à la publication d'offres d'emploi, nous avons réussi à captiver de nombreux abonnés en partageant du contenu mettant de l'avant nos activités de consolidation d'équipe, les intérêts de nos membres, les formations offertes, et bien d'autres sujets. Avec une augmentation de plus de 80 %, nous prévoyons renforcer notre présence sur cette plateforme dans nos stratégies pour l'année à venir, avec déjà quelques actions publicitaires lancées dans le cadre de la campagne Façon Lanaudière.



7.10 ACHALANDAGE DU SITE WEB WWW.LANAUDIÈRE.CA

	2020	2021	2022	2023	Croissance
Achalandage du site (nombre de sessions)	1 689 782	1 938 213	2 122 159	2 067 871	-3 %
Nombre d'utilisateurs	1 164 403	1 381 249	1 569 150	1 525 606	-3 %
Nombre de pages vues	3 580 664	4 135 433	4 034 383	3 932 748	-3 %
Temps passé sur le site	1 m 48	1 m 48	1 m 25	1 m 33	2 %
Taux de rebond	36,73 %	36,77 %	38,20 %	35,63 %	-7 %
Nombre de pages vues – Anglais	199 973	236 713	158 900	217 411	37 %
Nombre de pages vues de la section des forfaits	162 953	217 705	189 529	239 183	26 %
Guides et brochures	12 082	11 698	10 912	11 925	9 %
Pages vues des sections thématiques					
Chalets, gîtes et cabanes	137 426	94 016	229 639	154 626	-33 %
Pays du quad	7 446	8 507	6 603	5 961	-10 %
Redirections vers les membres	547 581	667 965	576 418	540 010	-6 %
Autres sites dédiés		Sessions			
Pourvoiries	69 254	72 816	64 107	72 927	14 %
Motoneige	127 046	123 079	143 786	132 937	-8 %
Goûtez Lanaudière! Circuits	45 889	39 097	39 054	20 175	-48 %
Façon Lanaudière	8 028	9 849	35 226	72 187	105 %
Chemin du Roy	60 600	130 358	97 458	91 340	-6 %
Blogue Tourisme Lanaudière		Pages vues			
Pages vues	403 947	507 412	581 988	531 678	-9 %

7.11 MESURES DE PERFORMANCE POUR VALIDER LE SUCCÈS DES CAMPAGNES

- Envoi aux membres concernés lorsque nous avons un reportage à paraître sur l'entreprise, afin de vérifier l'impact du reportage s'il y a lieu;
- Veille permanente d'achalandage du site Web, des taux d'interactions sur les fiches des membres, et du nombre de clics vers leur site Web;
- Création de contenu rédactionnel en lien avec les partenaires pour augmenter l'intérêt du visiteur;
- Rapports personnalisés pour les partenaires de campagnes;
- Analyse mensuelle concernant les taux d'occupation hôteliers, par région et par MRC;
- Sondages « Survey Monkey » auprès de nos membres;
- Baromètre régional réalisé en collaboration avec le réseau des ATR;
- Analyse mensuelle concernant l'achalandage des lieux d'accueil;
- Envoi de « leads » pour les partenaires de la démarche internationale et corpo;
- Échanges téléphoniques et en personne avec les membres, au besoin;
- Analyse de la performance des actions sur les médias sociaux.



08. LES COMMUNICATIONS ET LES RELATIONS PUBLIQUES

8.1 BULLETIN D'INFORMATION LANAUTOURISME

Ce sont douze (12) bulletins d'information électroniques qui ont été transmis à notre réseau d'industries en 2023. L'équipe des communications effectue l'envoi sur une fréquence d'une fois par mois, pour assurer une constance de communication. Les communications aux membres sont envoyées le dernier mercredi de chaque mois.

8.2 INFOLETTRES À LA CLIENTÈLE

Ce sont trente-cinq (35) infolettres qui ont été transmises à notre clientèle touristique en 2023 (par rapport à vingt-trois (23) en 2022). Il y a aussi eu une infolettre pour Québec à moto et deux (2) infolettres pour le Pays de la motoneige. Les infolettres étaient envoyées à l'ensemble des abonnés une fois par mois, selon un thème précis (ex. : Saint-Valentin, Pâques, fête des Mères, Noël, etc.). Un abonné qui n'a sélectionné aucun champ d'intérêt en s'abonnant à l'infolettre en a reçu une par mois et un abonné qui les aurait tous choisis en aura reçu au maximum 35.

8.3 BOURSES DES MÉDIAS

La Bourse des médias, qui permet la rencontre des médias deux fois par année, a eu lieu en formule virtuelle en 2023. Ces activités, organisées par l'Alliance de l'industrie touristique du Québec, permettent de rencontrer des journalistes majeurs en tourisme de la région de Montréal, et qui écrivent dans des quotidiens ou dans des magazines québécois ou étrangers. En avril, 30 rendez-vous ont eu lieu afin de présenter les nouveautés estivales. En septembre, nous avons rencontré 25 médias et créateurs de contenus pour leur présenter les nouveautés hivernales.

8.4 CONFÉRENCES DE PRESSE

Deux conférences de presse ont été tenues le 7 juillet et le 11 décembre 2023 pour annoncer des soutiens financiers totalisant plus de 1 730 000\$ de dollars afin d'appuyer 57 projets de développement touristique dans la région de Lanaudière, dans le cadre de l'Entente de Partenariat Régionale en Tourisme.



08. LES COMMUNICATIONS ET LES RELATIONS PUBLIQUES...suite

8.5 COMMUNIQUÉS DE PRESSE

En 2023, dix (10) communiqués de presse ont été acheminés aux médias (seize (16) communiqués en 2022), générant tous plusieurs retombées de presse, dont des entrevues à la radio locale et à la télévision, en plus d'être retransmis dans la plupart des médias locaux écrits.

8.6 TOURNÉES DE PRESSE INTRA-QUÉBEC

Treize (13) tournées de presse ont été organisées en 2023 (huit (8) tournées en 2022). Plusieurs de ces tournées ont eu lieu pendant la période estivale (principalement juillet et août). Une tournée a aussi été organisée spécialement pour mettre de l'avant la motoneige. En plus de ces tournées, une journaliste du Véro Magazine est venue à Rawdon le temps d'une fin de semaine d'hiver et un article est paru sur la région.



08. LES COMMUNICATIONS ET LES RELATIONS PUBLIQUES...suite

8.7 TOURNÉES DE PRESSE MARCHÉ HORS QUÉBEC CONCERNANT LANAUDIÈRE ET LA MAURICIE

Dix-huit tournées médias. De ce nombre, il y a eu :

Quatre équipes de tournage :

- Deux de la France;
- Deux de la Belgique.

Quatorze tournées individuelles ou de groupes :

- France : trois tournées (trois médias, deux photographes);
- É.-U. : trois tournées (trois médias, un photographe);
- Canada : quatre tournées (quatre médias);
- Royaume-Uni : une tournée (deux médias);
- Allemagne : deux tournées (quatre médias);
- Suisse : une tournée (un média).

8.8 PRÉSENCE DANS LES MÉDIAS ET DEMANDES DE PRESSE

En 2023, nous avons reçu plus de 88 demandes de médias pour des photos, contenus et questions concernant les attraits de la région, sans compter tous les échanges qui ont eu lieu après les deux Bourses des médias (90 demandes en 2022).

Lanaudière a été mentionné à plusieurs reprises dans les chroniques touristiques de l'émission «À vos affaires» à la chaîne LCN. Finalement, notre directeur général et des membres de l'équipe sont également intervenus pour des entrevues, notamment à la radio régionale et nationale, la télé communautaire et les médias écrits.



09. L'ACCUEIL ET LES SERVICES AUX MEMBRES



9.1 HALTE POINT-DU-JOUR

Afin de faire évoluer le projet du Relais d'information touristique (RIT) et de maximiser l'expérience des visiteurs de halte au bénéfice des entreprises touristiques locales, nous avons conclu une entente avec le bureau d'information touristique de Joliette quant à la gestion de certaines opérations (vérification des écrans numériques, réapprovisionnement des guides, signalement de besoins d'entretien). De plus, l'implantation d'un système de connexion à distance pour la stèle extérieure nous permet depuis la saison estivale 2023 d'y présenter un agenda événementiel pour les semaines à venir. Finalement, nous avons aussi intégré un système de contrôle de l'achalandage dans le local qui nous permettra d'extraire des statistiques intéressantes pour différents partenaires.



9.2 PROJET DE BORNES D'ACCUEIL

Afin de bien comprendre les besoins en constante évolution en matière d'accueil et de réfléchir à implanter des projets qui reflètent les tendances actuelles, nous avons bénéficié de l'accompagnement de Pierre Éloy, consultant en accueil touristique. Ainsi nous avons été en mesure de lancer les projets suivants :

Projet de borne intérieure d'information nomade :
C'est la firme Humanity Tech de Terrebonne qui a obtenu le mandat de réaliser deux bornes informatives numériques mobiles qui seront implantées à l'été 2024 en phase pilote à l'hôtel Château Joliette et au Théâtre Alphonse-Desjardins.

Une borne extérieure numérique innovante permettant de solliciter le contact humain d'un préposé à l'accueil touristique en temps réel sera développée en collaboration avec la MRC Les Moulins.
Le projet bénéficiera d'une aide financière du MTLaB et c'est également la firme Humanity Tech qui réalisera le prototype, dont l'implantation est prévue à l'été 2024.

9.3 OUTIL D'ACCUEIL COMMUN

Inspirée des cartes qui ont été développées pour les quatre pôles de proximité du RIT Point-du-Jour, l'équipe de tourisme Lanaudière a conçu cinq nouvelles cartes destinées à la clientèle des hébergements touristiques afin de répondre aux besoins en matière d'accueil dans les autres pôles de la région. Une distribution spéciale a d'ailleurs été faite au cours de l'été 2023 dans l'ensemble des résidences de tourisme de Lanaudière.

9.4 COORDINATION DES LIEUX D'ACCUEIL

Nous comptons actuellement neuf lieux d'accueil avec personnel dans la région. Tous les lieux d'accueil de la région disposaient, en 2023, d'une attestation permanente. Certains d'entre eux ont cependant choisi de moduler leurs opérations en fonction des mesures sanitaires en vigueur.

Liste des lieux d'accueil de notre région reconnus selon les catégories :

- Bureaux d'information touristique (BIT);
- Berthierville (saisonnier);
- Joliette (annuel);
- Repentigny (saisonnier);
- Saint-Donat (annuel);
- Saint-Gabriel-de-Brandon (annuel);
- Terrebonne (annuel);
- Bureaux d'accueil touristique (BAT);
- Rawdon (saisonnier);
- Saint-Côme (annuel);
- Saint-Michel-des-Saints (annuel);
- Relais d'information touristique (RIT) (sans personnel sur place);
- Notre-Dame-de-la-Merci : attestation permanente;
- Saint-Zénon : attestation permanente;
- Relais d'information touristique à la halte routière Point-du-Jour : attestation permanente.



09. L'ACCUEIL ET LES SERVICES AUX MEMBRES...suite

9.5 COMITÉ RÉGIONAL D'ACCUEIL

- Comité composé des neuf gestionnaires;
- Deux rencontres réalisées en 2023 afin de coordonner le réseau et faire le suivi.

9.6 FORMATIONS DES PRÉPOSÉS À L'ACCUEIL

- Une formation en ligne sur la région de Lanaudière sur la plateforme du ministère du Tourisme;
- Une formation sur la méthode du service par excellence sur la plateforme du ministère du Tourisme;
- Une formation en personne destinée aux préposés à l'accueil touristique et offerte le 27 mai 2023 proposait une tournée découverte dans la zone d'expérience des Montagnes-Est;
- Douze préposés ont pris part à ces formations.

9.7 SIGNALISATION TOURISTIQUE

- Une seule sélection a été effectuée en 2023.

9.8 ADHÉSION DES MEMBRES

Tourisme Lanaudière regroupait 439 membres au 31 décembre 2023, répartis de cette façon :

Attraits 170	Hébergements 126	Restauration 60	Événements 19	Partenaires 64
-----------------	---------------------	--------------------	------------------	-------------------



10. L'ADMINISTRATION DE L'ORGANISATION

10.1 RESSOURCES HUMAINES

L'année 2023 aura permis de consolider l'équipe en place. Dès le début de l'année 2023, deux nouveaux postes ont été créés et deux nouvelles ressources sont venues appuyer l'équipe du service aux entreprises en place :

- Léonard Vèque : agent de concertation et chargé de projet pour le Plan Montagnes;
- Pascale Coutu : conseillère en développement touristique, responsable et durable.

Quelques départs nous ont aussi amenés à recruter de nouvelles équipières :

- Au marketing, Rosalie Sanders s'est jointe à l'équipe à titre d'agente marketing en juin 2023;
- Marie-Claude Arnault, secrétaire réceptionniste et agente à l'information, contractuelle de septembre à décembre 2023;
- À la direction administrative, Isabelle Lapierre est entrée en poste en octobre 2023.



10. L'ADMINISTRATION DE L'ORGANISATION...suite

Équipe de Tourisme Lanaudière au 31 décembre 2023

Denis Brochu	Directeur général
Élaine Desjardins	Directrice services aux entreprises
Isabelle Lapierre	Directrice administrative
Jason Saunders	Directeur marketing
Marie-Claude Arnault	Secrétaire-réceptionniste et agente à l'information
Karolane Bernier	Agente administrative-services aux entreprises
Florence Brunet-Doré	Coordonnatrice stratégies d'accueil et agente de concertation
Véronique Coulombe	Coordonnatrice aux communications
Pascale Coutu	Conseillère en développement, tourisme durable
Aurélia Hédreux	Chargée de projet, développement de l'offre
Josianne Labrie	Coordonnatrice marketing
Jennifer Martin	Spécialiste aux médias sociaux et contenu
Salomé Muckle Poulin	Coordonnatrice marketing
Marilou Muloin-Robitaille	Coordonnatrice aux communications (congé de maternité)
Nancy Olney	Technicienne en comptabilité
Rosalie Sanders	Agente marketing et contenu web
Léonard Vèque	Agent de concertation et chargé de projets développement durable, Plan Montagnes



10. L'ADMINISTRATION DE L'ORGANISATION...suite

Cellule Plan Marketing international Lanaudière-Mauricie au 31 décembre 2023

Marie-Andrée Alarie	Gestionnaire du PMI
Jacinthe Doucet	Déléguée commerciale, développement des marchés
Karine Gélinas	Déléguée aux relations de presse et marketing

Mandataires au 31 décembre 2023

Benoît Rivest	Main-d'œuvre et résidences de tourisme
Bernard Duhamel	Demandes d'aide-financières (EPRTNT)
Chantal Lépine	Comptabilité
Rosanna Grande	Carte Avantages

En décembre 2023, le conseil d'administration a accepté un plan visant à assurer la réalisation des mandats prévus au plan d'action 2024. Deux nouveaux postes ont ainsi été créés, portant l'équipe à 18, après complétion des embauches en mars 2024.

Certains changements ont aussi été apportés aux fonctions de certains de nos équipiers et deux congés de maternité nous ont amenés à recruter de nouvelles équipières dynamiques.

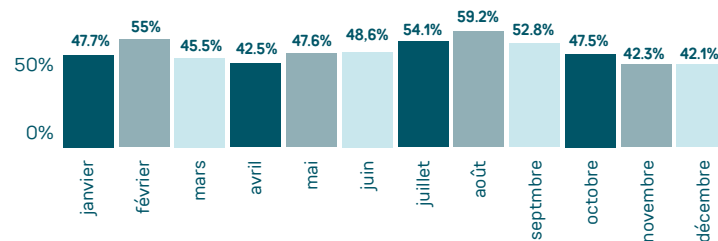


11. PRINCIPAUX INDICATEURS DE PERFORMANCE

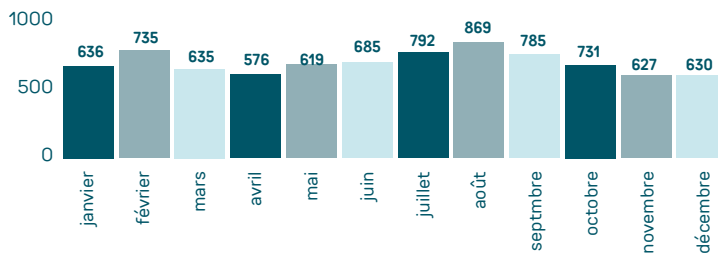
11.1 HÉBERGEMENT

Les lieux d'hébergement ont maintenu leur achalandage en 2023, avec des taux d'occupation similaires à 2022, mais de beaucoup supérieurs à 2019, année de référence pré-pandémie. La croissance du nombre total d'unités et la croissance des tarifs ont également permis une progression intéressante des revenus. Selon nos estimations basées sur les données de perception de la TSH, l'industrie de l'hébergement touristique lanadoise aurait généré un chiffre d'affaires de 88 M\$ en 2023, une croissance de 13,4 % par rapport à 2022.

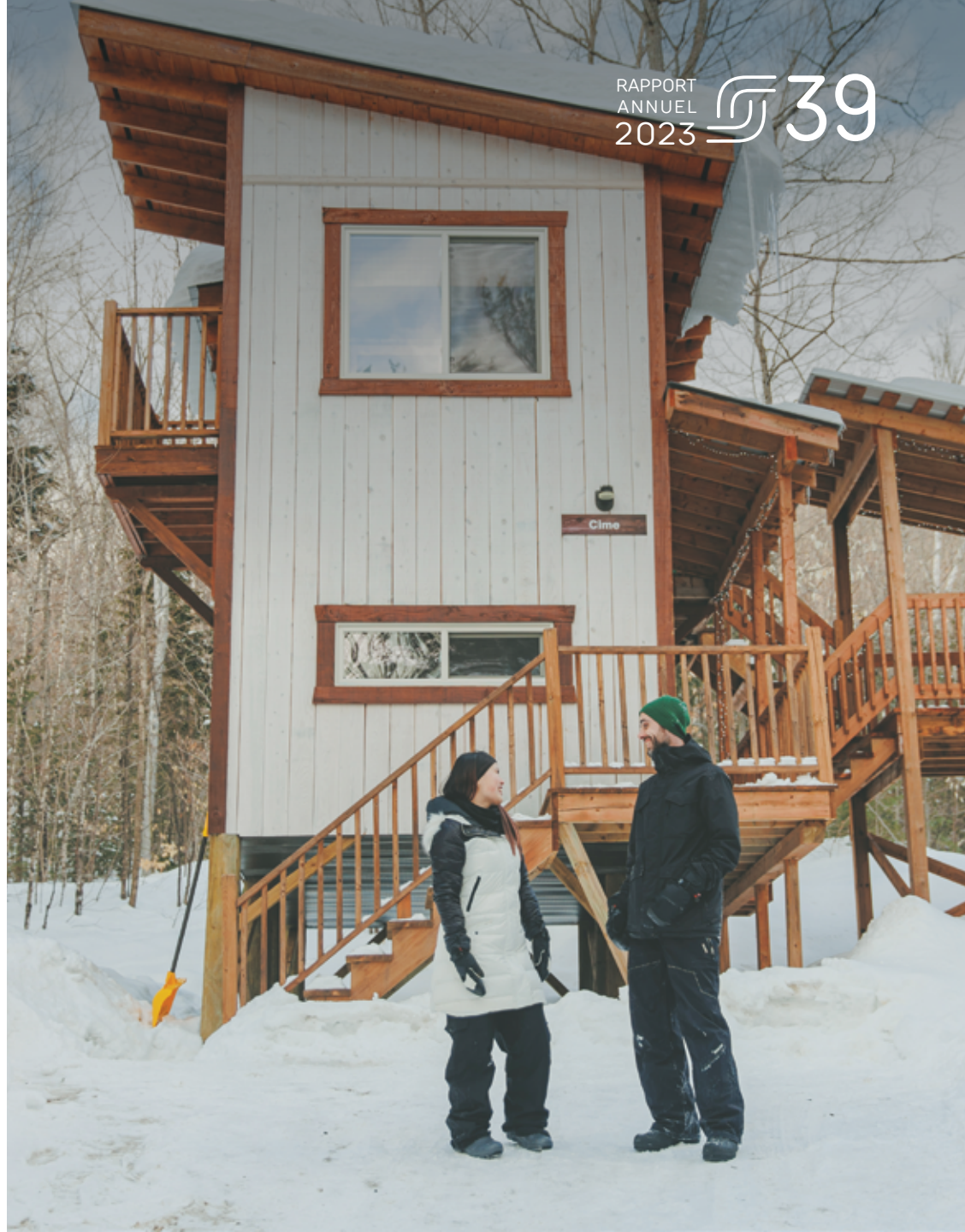
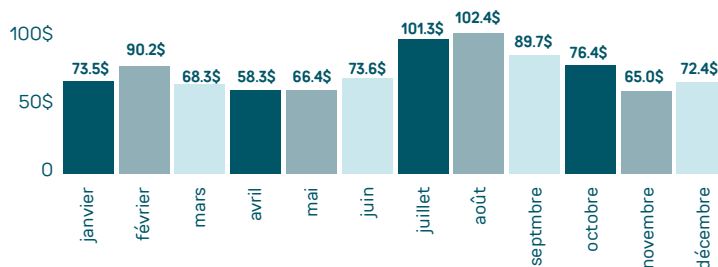
Taux d'occupation moyen 48,8	
Écart avec 2019 4,5	Écart avec l'année précédente -1,3



Unités louées quotidiennement 694	
Variation avec 2019 8,7%	Variation avec l'année préc. 2,4%



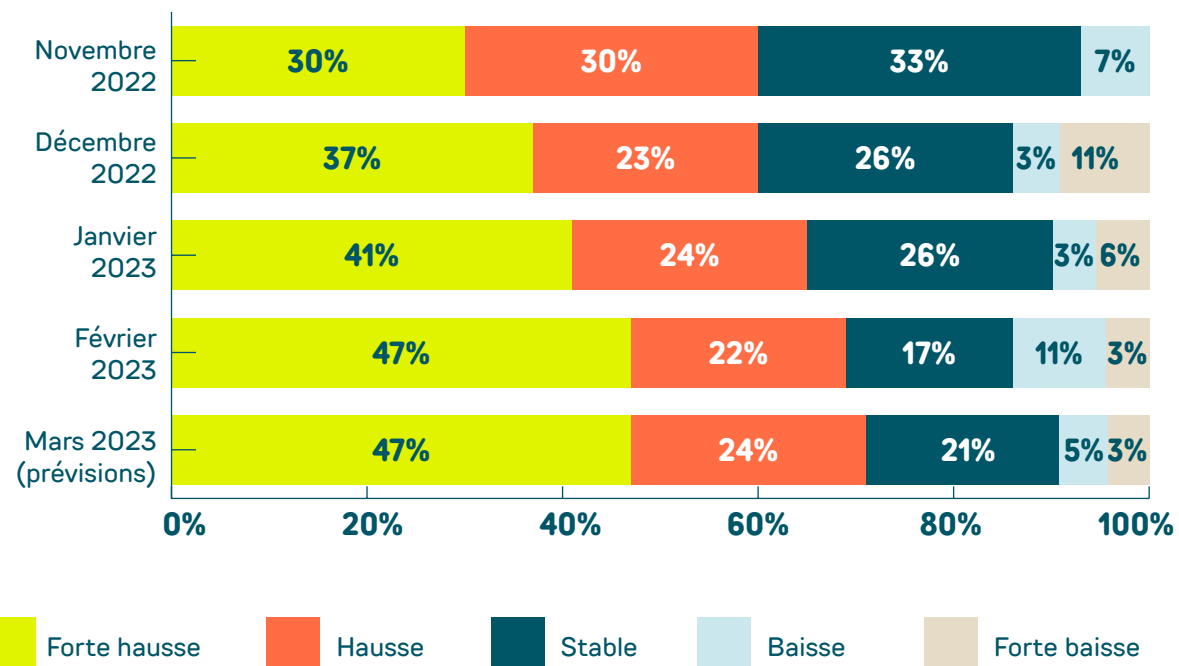
Revenus moyen par unité disponible 78,6	
Variation avec 2019 46,6%	Écart avec l'année précédente 9,7%



11. PRINCIPAUX INDICATEURS DE PERFORMANCE...suite

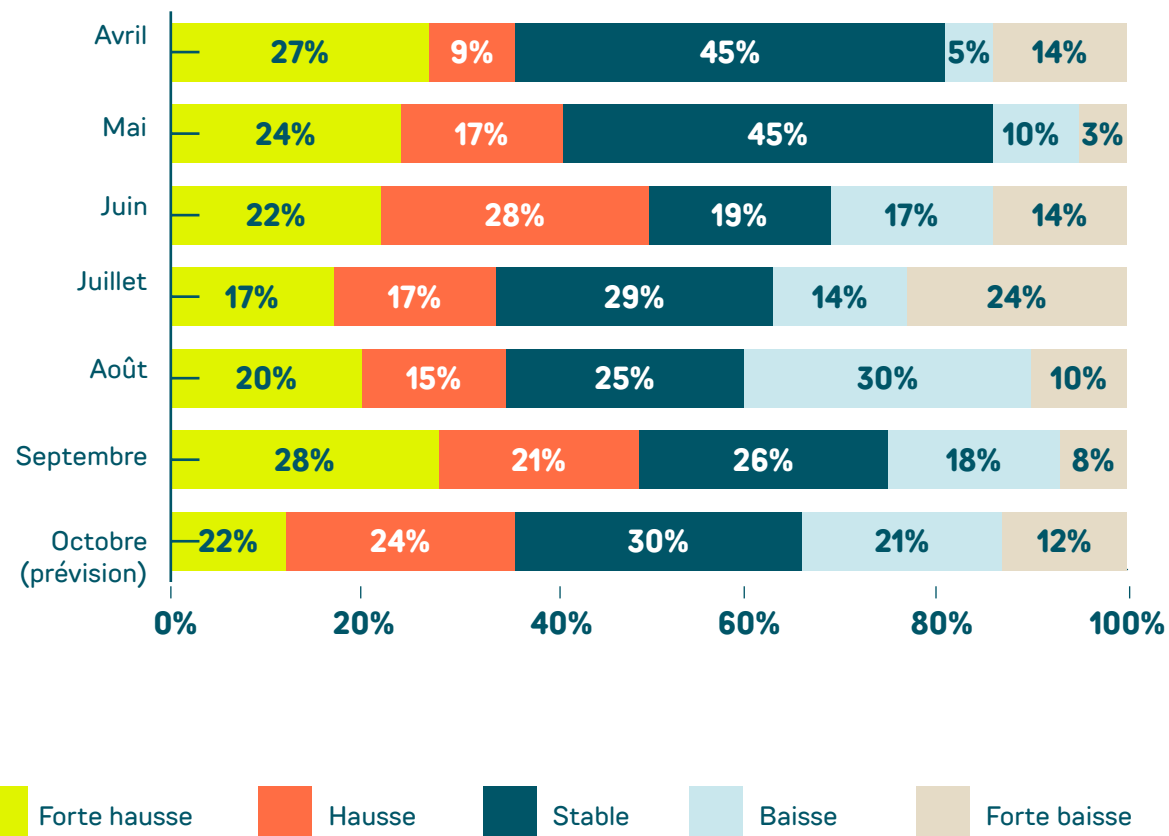
11.2 ATTRAITS – HIVER 2022-2023

Globalement, les attractions et activités ont connu des hausses importantes à l'hiver 2022-2023. De janvier à mars 2023, plus de 65 % signalaient des hausses par rapport à l'hiver précédent.



11.3 ATTRAITS – PRINTEMPS – ÉTÉ - AUTOMNE 2023

L'achalandage dans les attractions à l'été 2023 a varié énormément d'une entreprise à l'autre. Les mois les plus performants auront été juin et septembre (50 % des entreprises signalant des hausses). Les mois les moins performants auront été juillet et août (près de 40 % signalant des baisses).



11.4 MAIN-D'ŒUVRE

À l'hiver 2023, 41 % des attraits et hébergements étaient impactés par la pénurie de main-d'œuvre. Plus de 60 % des dirigeants disent avoir dû s'impliquer davantage pour effectuer des tâches opérationnelles afin de contrer la pénurie de main-d'œuvre. Pour 66 % d'entre eux, cette situation a impacté les projets de développement normalement prévus.

À l'été 2023, 63 % des attraits et hébergements étaient impactés par la pénurie de main-d'œuvre. 56 % des dirigeants disaient avoir dû s'impliquer davantage pour effectuer des tâches opérationnelles afin de contrer la pénurie de main-d'œuvre. Pour 50 % d'entre eux, cette situation a eu un impact sur les revenus alors que pour 66 % des attraits et 53 % des lieux d'hébergement, cette situation a impacté les projets de développement normalement prévus. Fait à noter, 53 % des lieux d'hébergement mentionnent que cette situation affecte la satisfaction de la clientèle.

Satisfaction des membres ayant participé aux campagnes de tourisme d'agrément de Tourisme Lanaudière

Hiver comme été, en 2023, environ 95 % des lieux d'hébergement et des attraits ayant participé aux campagnes de tourisme d'agrément mises de l'avant par Tourisme Lanaudière se disaient satisfaits ou très satisfaits.

Nous vous invitons à consulter les documents complémentaires pour plus de détails.



12. DOCUMENTS COMPLÉMENTAIRES

1. RESSOURCES HUMAINES ORGANIGRAMME 2024
2. MEMBRES DE L'ATR PAR CATÉGORIES
3. STATISTIQUES DE FRÉQUENTATION DES LIEUX D'ACCUEIL
4. STATISTIQUES DE FRÉQUENTATION DES SITES WEB
5. STATISTIQUES DE PERFORMANCE HÔTELIÈRE
6. ESTIMATIONS D'ACHALANDAGE, MAI À OCTOBRE 2023
7. LES REPORTAGES TOURISTIQUES : IMPACTS MESURABLES
8. LISTE DES COMMUNIQUÉS DE PRESSE ÉMIS EN 2023
9. ÉTATS FINANCIERS VÉRIFIÉS 2023
10. PLAN D'ACTION 2024, OBJECTIFS STRATÉGIQUES

Documents complémentaires disponibles à l'adresse suivante : <https://lanaudiere.ca/fr/zone-membres/vie-associative/aga-2024/>